ミーナ6・7月合併号　2025年4月18日発行・発売(毎月20日発行・発売) 第25巻第04号通巻372号

FASHION & LIFESTYLE SHARE BOOK　VOLUME . 10　COVER emma

ふたりでシェアする
ワンテーマブック

街はコラボで溢れてる！

6/7 2025

mina

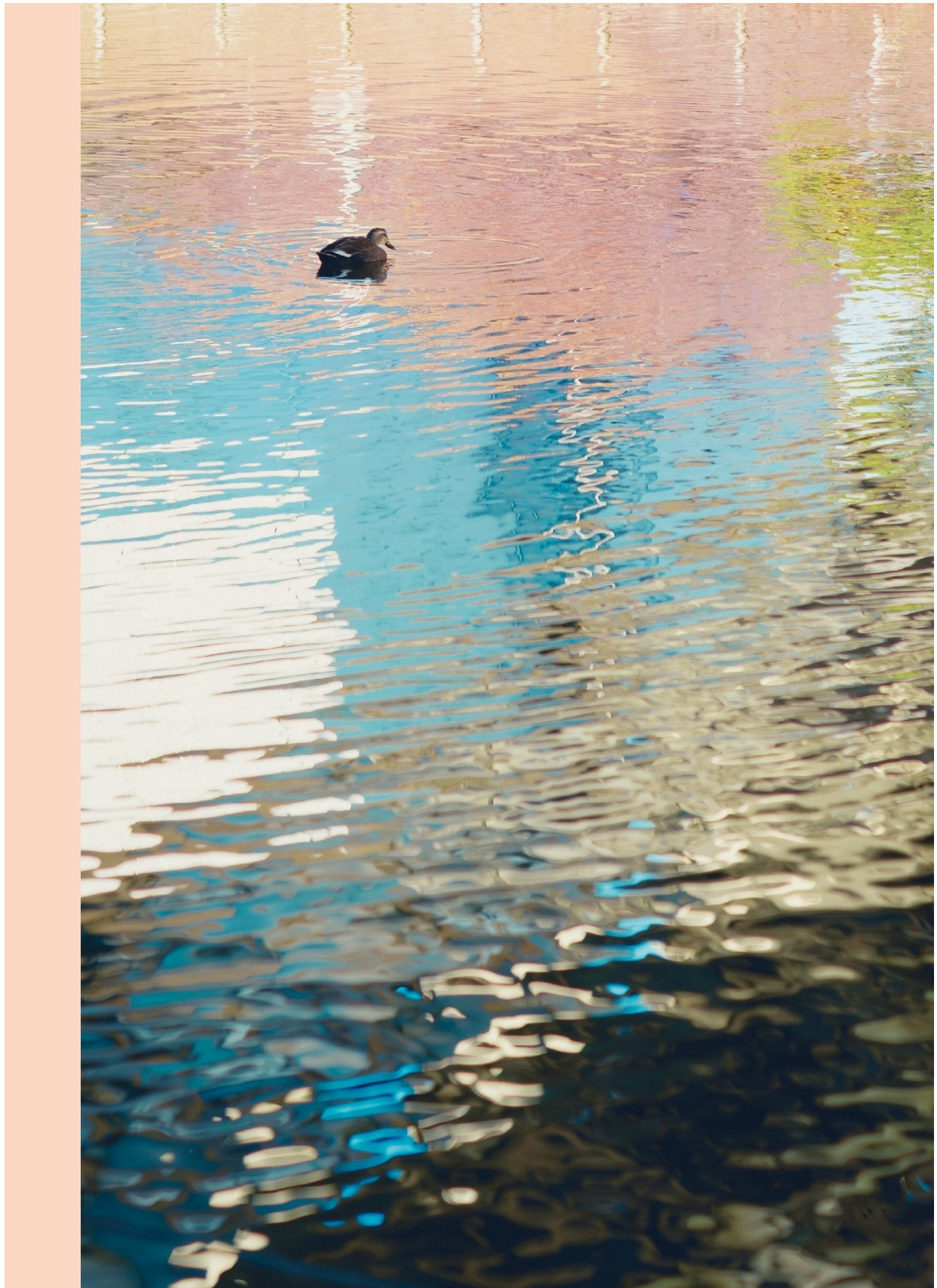
COLLABORATION WAVE!!!!

Scye × PUMA
MARGARET HOWELL × MIZUNO
Reebok × UJOH
agnès b × CONVERSE
Kalita × OSAMU GOODS
F/CE. × ENOMOTO MARIKO
ETVOS × SUZUKI MASARU
Zoff × UNITED ARROWS
ayame × Continuer
SNOOPY × Cosme Kitchen
Pokémon × SHISEIDO
and more...

電子版のご案内

● 印刷版の雑誌とは内容が一部異なります。
収録されていないページや、修正されている画像があります。
● 応募券やはがき、プレゼントなど、印刷版の雑誌を
購入しないとお楽しみいただけないページがあります。
● 掲載時の商品やサービスは、時間の経過にともない提供が
終了している場合があります。
● 一部、誌面サイズが異なるページがあります。

以上をご理解の上、お楽しみください。

株式会社 夕星社
ｍｉｎａ編集部

浮遊

幼い頃は信じていた。
自分の真ん中に何があるのか、
大人になれば自ずと
知ることになるのだろうと。
尋ねても答えなどない。
わたしの内を撫でるように
風が青く吹き抜けていく。

わたしたちは、たゆたう水。
この世界にそそがれて
やがて道を示す。
欠けた器からこぼれる記憶も
いつか　愛おしいと思えるようになる。
世界は揺らぎつづけている。
過去に夢見たわたしと違っていても、
この手で築いた自分を守りたい。

薄紅色の方角をあたためて
思いも湿度を増していく六月、
わたしの影が
ゆっくりと傾きはじめる。

写真 wacci ／ 詩 文月 悠光

mina 06・07 JUNE・JULY 2025

CONTENTS

Model / emma
Photo / Imajo Jun
Styling / Watanabe Keiko (KIND)
Hair & Make-up / Fukuoka Rei (W)
Design / Naoi Design Office

COVER

ニットベスト 29,700円／BATONER×MACKINTOSH、Tシャツ 33,000円／BATONER×SHIOTA（ともにBATONER）

ジャケット 92,400円、シャツ 25,300円／ともにSOPHNET.×ブルックス ブラザーズ、キャップ 11,000円／SOPHNET.×NEW ERA（以上SOPH.） バッグ 42,900円／PORTER（ポーター 表参道）

minaのオフィシャルサイト、やってます。

mina OFFICIAL mina.ne.jp

【SNSはこちら】
公式 Instagram mina.magazine
公式 X mag_mina

印刷／大日本印刷株式会社

※ 誌面に掲載されている価格はすべて税込み価格です。
※ 商品の問い合わせ先は、mina公式ウェブサイトのショップリストをご覧ください。

VOLUME_
10
THE THEME
IS_

COLLABORATION WAVE!

2025 6・7 JUNE・JULY ISSUE

意外な組み合わせで生まれる
プレミア感に心踊る、物欲そそる。
いまやこれはカルチャーだ。

街は「コラボ」で溢れてる!

コラボが生まれる街、原宿。

おもしろいものって、いつもこの街からはじまる。
1995年、ポーターとグッドイナフが手を組んで、
はじめての〝コラボ〟が生まれたのも、ここ原宿。
あれからずっと、服も、音楽も、人も、食も——
いろんな個性がこの街で混ざり合い、ときにそれぞれが手を取り合う。
気づけばそれが〝カルチャー〟と呼ばれるようになって、今もアップデート中。
だからやっぱり、原宿からは目が離せない。
今回のコラボ特集は、そんな街へのリスペクトを込めて、
原宿と縁の深いモデル・ｅｍｍａさんとのコラボからスタート！

THE ORIGIN of COLLAB

Photo / **Imajo Jun**　Styling / **Watanabe Keiko**（KIND）
Hair & Make-up / **Fukuoka Rei**（W）
Text / **Nagamine Hazuki**（P15-19）　Design / **Naoi Design Office**
Special Thanks / **V.A.CAFE, PORTER OMOTESANDO, MARION CREPES**
●商品の問い合わせ先はmina公式ウェブサイトのショップリストをご覧ください。

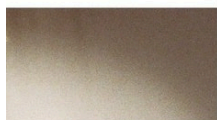
STORY of WEEKEND

emma × HARAJUKU

シャツ 33,000円／ BATONER
パンツ 23,100円／ BARNSTORMER×玉美（HEMT PR）
メガネ 39,600円／ SOPHNET.×金子眼鏡、
スニーカー 38,500円／ SOPHNET.×Salomon（ともにSOPH.）
バッグ 47,300円／ AETA×SUPER A MARKET
（スーパー エー マーケット 青山）
ソックス 2,860円／ RANGL（UTS PR）

ニットベスト 29,700円／BATONER×MACKINTOSH、
デニムパンツ 41,800円／BATONER×SHIOTA、
Tシャツ 33,000円（以上BATONER）
バッグ 22,000円／Solid&Strong BAG STORE
スニーカー 35,200円／REPRODUCTION OF FOUND
for Graphpaper（Graphpaper TOKYO）

コラボの根本にはリスペクト。相乗効果を生み出したい

私がクリエイティブディレクターを務めるブランド〈ER〉で商品をつくるなかで、ブランド同士のコラボも視野にありますが、する際には相乗効果が生まれるようにするべきだと考えていて。はじめてコラボしたのは〈ER×ニューエラ〉のキャップ。私自身ずっと〈ニューエラ〉のキャップを愛用させてもらってきたから、コラボをお願いした経緯があります。売れることも大事ですが、まずはじめに愛情だったり、リスペクトがあるべき。その上での親和性の高さこそ、コラボの理想的な在り方だなって思うんです。〈ニューエラ〉は、10年くらい前の専門学生時代に毎日のように被っていたし、学校の通学バッグとしてリュックを買った思い出もあります。当時、バイトをしていた〈ナディアフローレスエンエル コラソン〉とはご近所だったので、思い入れもあるし、こうしてコラボできたのは感慨深いです。

クリエイションを追い求めた先に経営者という肩書きがあった

3年前に会社を立ち上げたのですが、自分が経営者になる未来なんて想像もしてなかったんです。家族の中でも末っ子で、大人に囲まれて仕事をするのが好きでしたし、モデルの仕事も素晴らしいスタッフさんの力を借りながら、瞬発的に力を発揮する環境が自分には向いているなと思っていました。ただ、

ジャケット 92,400円、シャツ 25,300円、スラックス 35,200円
／以上SOPHNET.×ブルックス ブラザーズ、
キャップ 11,000円／ SOPHNET.×NEW ERA、
ローファー 38,500円／ SOPHNET.×COLE HAAN（以上SOPH.）
バッグ 42,900円／ PORTER（ポーター 表参道）

自分の核となる部分には常にクリエイションがあって、文化服装学院でファッションを学んだり、カルチャーが生まれる原宿で働いたり、自分から何かを生み出していくための土台はコツコツと培っていたんです。モデルとして求められる表現をするのも好きだけど、一度は自分の心のままにファッションを発信したい。たとえ失敗してもいいからと、挑戦に踏み切って〈ER〉が生まれました。この3年間はまさに修行で、今やっとスタートラインに立てた感覚があります。実績を積むために近道はできませんし、ポップアップの開催、集客、売上管理など、ひとつひとつ経験を積むことで、自分の言葉に説得力を持って伝えられるようになりました。

新たな環境に飛び込んでみると、今まで自覚していなかったけれど、人付き合いや仕事のなかで、どんな瞬間に喜びを感じるのかが分かってきました。ストイックに物事に取り組む人が好きだし、自分もそのタイプだから、相手にも求めてしまいがちだなぁ……と反省することもしばしば（笑）。それにモデルとして10年以上走り抜けてきたなかで、キャリアがあるからこそ鈍ってしまった部分にも気づけたし、「現場で集中して終了」というサイクルにどこかモヤモヤがあったけれど、〈ER〉を立ち上げたことでその焦燥感が少し和らいだ気がします。ひとつひとつの仕事を大切にできている、そんな手応えと充実感に今は満たされているんです。

私にとってデニムアイテムは永遠のスタンダード

今回のスタイリングはほぼコラボアイテムで組まれていて、そのなかでも私の好みだったのはセットアップで着た、〈リーバイス×ジャーナルスタンダード レリューム〉のデニムアイテム。もともとデニムが好きで、今までたくさん着てきたし、買ってきたこともあってこだわりが強いです。今回のデニムは古着感があって、かなり柔らかな着心地。着やすいし、穿きやすいので、とても素敵なコラボだなぁとときめきました。私のブランド〈ER〉でも、この春にはじめてデニムアイテムを展開するんですが、大好きだからこそ難しい挑戦。私は普段、買い物に行ってもまったく試着をしない人間なんですけど、唯一試着をして慎重に吟味するのがデニムパンツ。というのも、デニムを選ぶ第一条件は「スタイルがよく見えること」なんです。いざつくるとなると、シルエットはもちろん、パッチなどのディテールをはじめ、ボタンひとつにも気を抜けなくて、何度もサンプルをつくってもらい微調整を繰り返しました。「だれでも着やすくて、パンツは脚が長く、おしりがきれいに見える」を目標に掲げ、ブラックとブルーの2色展開で、満足のいくデニムのセットアップが完成しました。

プライベートで穿いているデニムは、リーバイスをはじめ、最近はハイブランドもチェックしています。〈アクネ〉や〈ザ・ロウ〉など、新しいカタチやテクスチャーに出会えたら買い足していきます。もう一生分のデニムは持っている気がしますが（笑）、常にアンテナを張りつつ、ビビッときたものだけを選んでいく。大切に育てながら、これからもずっと愛していきたいですね。

刺激と出会いをもらった「原宿」は私の青春です

今回の撮影で、久しぶりに竹下通りを歩きましたが、いろんな思い出が蘇りました。私は北海道で生まれ育ったこともあり、原宿から発信される個性的なファッションやカルチャーにずっと憧れていたんですよね。それこそ原宿へ遊びに行くためにバイトをして、お金を貯めていました。当時は、原宿カルチャーがとても盛り上がっていた時代だったので、たくさんの刺激をもらいました。原宿で買った服を地元で着ると、後ろ指さされるみたいな経験もあったけれど（笑）、このおしゃれに気づいていない周りが変！　って思っていました。そのくらい揺るぎない自信をもてたし、自己肯定感も上げてくれたのが原宿という街とファッション。上京してからは、バイト先も原宿だったので、ほぼ毎日賑やかなこの街にいた気がします。ただこうして東京で暮らすようになり、気がつくと人混みを避けるようになっていて。昔はそれが楽しかったのに……大人になってしまったんだな、とちょっとセンチメンタルな気持ちにもなりました。ただ、久々に食べた竹下通りのクレープは、30歳になった今でも変わらず美味しかったです！

PROFILE

えま／2012年にモデルデビュー。『ViVi』（講談社）専属モデル、『A-Studio』（TBS）9代目MCアシスタントを経て、現在はモデルとして、ファッション誌やカタログに登場。2022年、友人でスタイリストの中村璃乃さんとアパレルブランド「ER（イーアール）」を立ち上げ、ファウンダー兼ディレクターとしても活動している。

TALK about emma × CAMERA

ニューヨークの街角。
フィルムカメラはこういうブレもステキに写るから好き

大好きなサッカーチーム<チェルシー>のスタジアムに行ったときの感動の記憶

カメラとの出会いは、祖父がきっかけでした。祖父はフィルムカメラを愛していて、FUJIFILMの「ティアラ」（超有名写真家アラーキーの愛機としても有名！）を譲り受けてから、写真を撮ることが日常になっていきました。今回の書籍『HERE I AM』でも、私がティアラで撮影した写真がたくさん載っていますが、実は途中で壊れてしまって……。落ち込んでいたら当時のマネージャーさんが「ティアラ ズーム」を探して、プレゼントしてくれました。ほかにも、ライカやCONTAXのT3を愛用中。一番多く写真を撮るのは旅に出たときで、そのときどきの気分でシャッターを切ります。この5枚は書籍には載せていないプライベートの思い出たち。

「飾らず、包み隠さず」今の私をそのまま届ける一冊

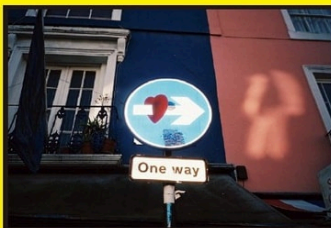
モデルという職業柄、なかなか本来の内面や素の自分を見せにくいし、伝えづらいなと感じていました。前作の書籍から約7年半が経って、私も30代を迎えました。あの頃とは立っている場所も見えている景色も、考えていることも変わって、大人になった部分がある。それに、今はマインドにフォーカスする時代。もっと等身大の自分を赤裸々に見せていこう、そんな覚悟を決めてつくった一冊です。普段なら楽しいだけで終わるインタビューも、あまりに自分の心の深い部分を打ち明けたので、少ししんどさもあったり。私ってこんな風に考えていたんだなと自身になにかを突きつけられる部分もありました。それに自分を出すってとても難しい。隠しているつもりはないのに、実は硬い殻で守っていたことに気づかされたりも。服が好きだから派手に見られることもあるけれど、私も普通の人間で、悩んでくよくよするし、失恋もするし、怒ったり、泣いたり、喜びながら生きている。みんなと同じように人生に試行錯誤しているから、みんなも大丈夫だよって少しでも背中を押せたら嬉しいです。自分の人生だから、周りの目なんて気にしないで、もっと自分にフォーカスして生きてほしい。ファッションひとつでも自分が楽しかったり、自分がいいと思うことをもっとやっていこう！ そんな私からのエールを、この書籍で受け取ってもらえたら。

デニムジャケット 16,500円、デニムパンツ 15,400円／ともに
Levi's®×ジャーナル スタンダード レリューム
（ジャーナル スタンダード レリューム ルミネ新宿店）
Tシャツ 5,940円／ビーミング by ビームス
（ビーミング ライフストア by ビームス ららぽーとTOKYO-BAY店）
バッグ 192,500円／HUNTING WORLD（ハンティングワールド帝国ホテル店）
ローファー 12,980円／HARUTA

RELEASE

書籍『HERE I AM』(SDP)

2018年に発売したスタイルブック『emma』から7年半が経ち、30歳になったemmaさんが自身の「今」を表現した一冊。前作と同様、自身がトータルプロデュースを担い、モデル、経営者として培ってきた高いセンスとクリエイティビティを余すことなく詰め込み、一方で今を生きるひとりの女性としてリアルな言葉や経験が綴られている。

ベルリンへひとり旅へ行ったときの1枚。
おしゃれなカフェでミラーセルフィー

ロンドンの街を歩いていて
不意に目に入った道路標識が可愛くてシャッターを切りました

ハワイにて。
横にいた母が不意に撮ってくれた1枚

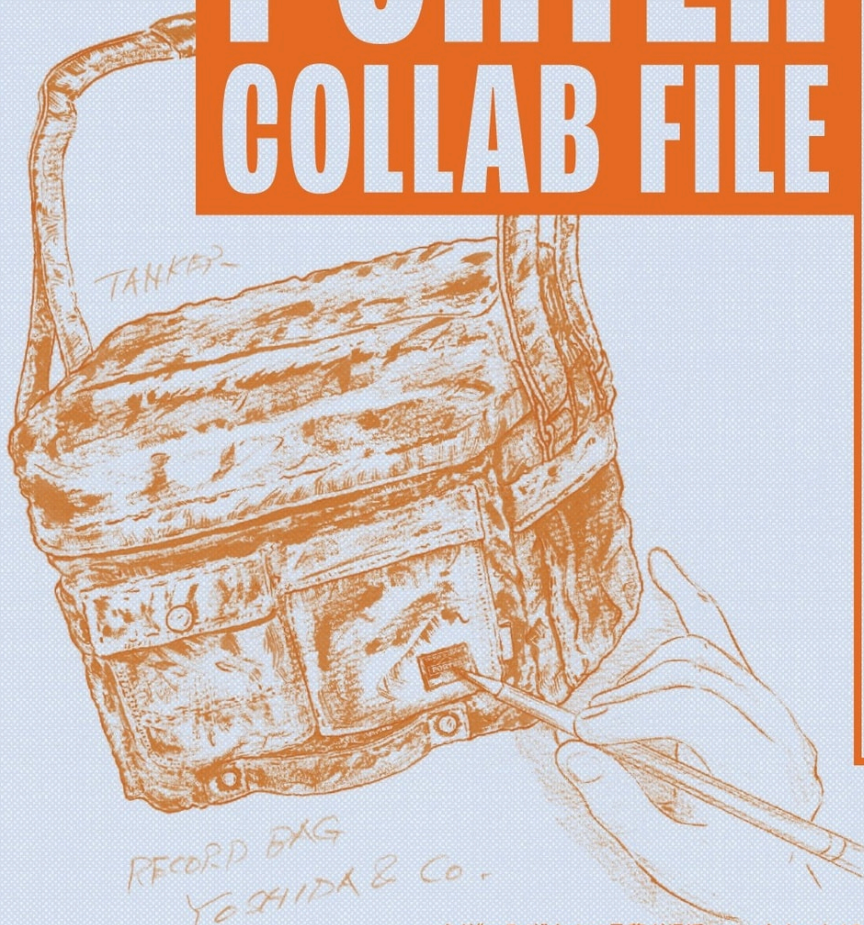
●商品の問い合わせ先はmina公式ウェブサイトのショップリストをご覧ください。
Illust / Tabuchi Masatoshi　Text / Seno Ryuto(P21-23)　Design / Hike Naomi

原宿、ポーター。

PORTER COLLAB FILE

コラボはここからはじまった！

まだ“コラボ”なんて言葉が浸透していなかった1990年代、
原宿の片隅からこのカルチャーがはじまったって知ってた？
<ポーター>と、藤原ヒロシ氏が手掛けていたブランド
<グッドイナフ>のいわゆる“Wネーム”。
それは世界初のコラボレーションと呼ばれ、
1990年代から2000年代の裏原ブームをけん引する、
超人気バッグとなったわけです。
それから30年以上、<ポーター>のコラボはいつも魅力的。
不思議とわくわくするのはなんでだろう？
当時を知る担当者と、そのルーツから紐解いてみる！

Collab Archive!

担当者が振り返る！

タンカーのコラボアーカイブ

カウズ
KAWS × PORTER
2021年

©KAWS

アートの世界観をカバンで表現

絵画にとどまらず、プロダクトデザインや大型の彫刻作品などで活動の幅を広げてきた<KAWS>とのコラボ。「どんな場面でもアートを存分に楽しんで欲しい」という気持ちを具現化した。

1995年“はじめてづくし”だったコラボの裏話。

＼ちなみに…／

初めての“別注”はコレ！

黒澤 明監督の作品で使われた一針入魂のブリーフケース！

「1963年に公開された映画『天国と地獄』に登場したブリーフケースの製作を、黒澤監督から依頼を受けて吉田吉蔵が担当しました。これがはじめての“別注”です。作中で燃やしてチリになる運命のカバンでしたが、サンプルを3個もつくり、内側にはポケットまでつけるこだわりっぷりで、クオリティは商品とも遜色なかったようです」

「カバンづくりを極めてこその〝コラボ〟だと思います」

「〝カバンは道具であれ〟――これは弊社の創業者・吉田吉蔵の言葉で、コラボをするうえでも大切にしている考え方です。どんなシーンで使ってもらいたいのか、無意味なディテールはないか。品質と実用性にこだわって、ひとつひとつに意味を持たせたカバンをつくってきました。〝餅は餅屋〟という言葉がありますが、基本的に〝コラボ〟だとしてもカバン以外には手を出さず、異業種とのコラボの場合は、相手様となるその分野のプロフェッショナルにある程度お任せするというスタンスが弊社の方針なんです」

「1995年、はじめてのコラボで〝タンカー〟の魅力が広まりました」

はじめて弊社がコラボしたのは、1990年代後半〜2000年代初頭にかけて流行した裏原カルチャーを象徴するファッションブランド〈グッドイナフ〉です。ディレクターの藤原ヒロシさん（以下、藤原さん）は、当時からストリートの人気者で影響力がありましたね。彼の周りには時代を築くクリエイターがたくさんいたそうで、そのひとりが弊社の若手デザイナーだったそうです。きっと仲間同士の何気ない会話の中で、コラボの話が盛り上がったんじゃないかな。

コラボとして最初にリリースしたカバンは、レコードバッグ（P20）、マディソンバッグ（右上）のほか、ボンサック、ウエストバッグ、ブリーフケースです。DJもやられていた藤原さんのオーダーが随所に光ります。ベースになっているのは、アメリカ空軍のフライトジャケットに着想を得た〈ポーター〉の代表的なシリーズ・タンカー。当時、一風変わったミリタリーモチーフのカバンはファッション業界の人から好評で、藤原さんも愛用してくれていたのがコラボに至った大きな理由みたいです。最初のコラボ以降は、今ではめずらしいですが、レコードバッグ（右下）のコラボアイテムも目立ってました。DJをはじめ、クラブカルチャーが流行していたバックボーンが見受けられますよね。こうしたコラボをきっかけに、テレビドラマの衣装として使われたことも追い風になり、タンカーは多くのお客様に愛してもらえるようになったんです。ちなみに、ウエストバッグを腰巻きではなく肩掛けするスタイルはこの裏原カルチャーからはじまって、それも藤原さん発信だったそうですよ」

「コラボの歴史は同志との挑戦の歴史でもあります」

「コラボの種になる相手様の相談事を解決するのは1995年のはじめてのコラボ以降いつだって難題で、簡単に出来上がるカバンはひとつもないです。ですが、一度コラボすると決めたらには受身ではなく、カバン屋目線の提案を積極的に出しながら、完成形を目指します。話題づくりのためではなく、〝いいカバンをつくるため〟に、これまで他社とタッグを組んできた自負があります。とはいえ、ものづくりだけに専念できないのが、今のカバン業界の実情です。環境保全や職人不足など目の前の課題の解決を第一優先に考えながら、今後も生活のサポートをする道具=カバンをつくっていきたいと思っています！」

COMME des GARÇONS（コム デ ギャルソン）× TANKER　2024年

40年来のお付き合いが生む名シリーズ

実はOEM事業も展開している吉田カバンは、以前から他社のカバンづくりにも貢献している。たとえば80年代以降は、あの<コム デ ギャルソン>のカバンの製作も担当。

Toogood（トゥーグッド）× PORTER　2021年

海外デザイナーと並走するのは異例

海外ブランドとは日本の代理店を通してコラボするのが一般的だが、イギリス発の<トゥーグッド>とはデザイナーを交え企画進行。海外で開催された展示会が両者の出会いの場だったとか。

JJJJound（ジョウンド）× PORTER　2021年

なんとSNSからコラボを実現！

デザインスタジオ・ジョウンドとはSNSでのコミュニケーションを重ね、コラボを実現。3年以上の月日を経てめでたく商品化に。「旅」をコンセプトにしており、コラボは通算で4回にも及ぶ。

吉田カバンのコラボって目のつけどころがシャープだ。

吉田カバンのコラボはカバン以外にも多種多様で、ブランドや企業もさまざま。時計、バスケットボール、コーヒー、トランプなど“え、こんなものまで!?”と毎回驚かされて悔しい……(笑)。ものづくりの領分は違うはずなのに、それぞれの持ち味を活かしたアイテムに仕上がっているのは、本物を追求するスタンスとマインドが同じだからに違いない！

吉田カバンの担当者に、コラボのこだわり聞いてみた。

PORTER･POTR COLLAB POLICY

バズらせたいのではなく、いいカバンをつくりたいだけ

「メゾンブランドから日常に寄り添うカジュアルブランドまで、これまで数多くのアパレルメーカーとカバンをつくってきました。そこだけをピックアップすると無節操に思われるかもしれませんが、実はコラボ相手のみなさんには共通点があって。コレクションの世界観を表現するためだったり、イメージしたカバンをより本格的につくるためだったり。真剣にカバンをつくりたいから私たちに相談してくれている方々ばかりで、話題づくりのためにコラボを利用しないという考えが同じなんです。こだわりが強くなれば強くなるほど難易度が上がってしまうので、企画チームや職人はいつも頭を悩ませていますが（笑）、自社にはない発想を基点とした製作は、私たちのものづくりの糧にもなっています。補足すると、私たちが洋服の製作を担当することは基本的にありません。あくまでもカバンひと筋のスタンスを貫いています！」

異業種とのコラボも本格的なつくりを追求しています！

「ストアをオープンするタイミングなどで、23ページで紹介しているようなアイテムをつくることもあります。製作は専門性の高いメーカー様やブランド様にオファーすることが多いですね。ジャンルを絞って品質を追求する姿勢に共感が持てますし、せっかくなら長く使い続けられるアイテムに仕上げたいので。これは余談になりますが、昔の人は資源を大切に扱ってきたと思うんです。吉蔵もそうで、よくレザーカバンの端材で馬蹄のコインケースをつくっていました。療養中の病室でもハンドメイドしていて、興味を持ってくれた看護師さんにもつくり方を伝授していたんだとか。噂によると、彼女は厳しい吉蔵の指導に耐えかねて逃げ出しそうになっていたようです（笑）」

TOGA（トーガ） × PORTER

2024年

ファッション性も実用性も一切妥協なしのコラボバッグ

ハンドルに巻き付けられたスカーフやスタッズのあしらいなど、アイコニックなデザインは<トーガ>のデザイナーたっての希望。ディテールひとつひとつに込める想いをヒアリングし、具現化された渾身作です。

HYKE（ハイク） × PORTER

2023年

ジェンダーレスという点で高い親和性を感じたコラボ

両者のファン層を広げたジェンダーレスな名コラボの第3弾。ポーターの人気モデル・2WAY TOTE BAGをベースに、<ハイク>らしいヴィンテージミリタリーのエッセンスをプラス。普段使いにもってこいです。

POTR FOR MHL.（エムエイチエル）

2024年

両ブランドが大切にしている機能性や実用性にこだわる

“ライフスタイルに寄り添うバッグをつくりたい”と願う両者の想いが反映されたショルダーポーチは、スマホやミニ財布を持ち運べるサイズ感。ワークやミリタリーをベースにしたデザインでコーデに合わせやすい。

minä perhonen（ミナ ペルホネン） × PORTER

2024年

ふたつのブランドを繋いだのは職人気質の実直なものづくり

吉田カバンが誇るボンディングナイロンのタフなボディと、<ミナ ペルホネン>の繊細かつ表情豊かな刺しゅうが特徴。オリジナルを追求する両者の共演により、<ポーター>＝メンズカバンのイメージが一変したそう。

× アパレルブランド

長く使ってもらえることが大前提のものづくり

COLLAB FILE

× 異業種

プロフェッショナルな
信頼のおける相手にラブコール

マエハラコウエイショウテン
前原光榮商店 × PORTER

2020 年

皇室御用達の老舗洋傘店がタンカーの生地を使って実現

縫製が難しいタンカーと同じナイロンツイル生地を、1948年創業＜前原光榮商店＞の匠の技で折り畳み傘にアレンジ。卓越した技術を持つ傘職人が、一本一本丁寧につくり上げた渾身のコラボ作です。

スポルディング
SPALDING × PORTER

2020 年

バスケットボール界の名門にタンカーカラーで別注オーダー

軍の施設にある売店をイメージした新店「ポーター エクスチェンジ」の目玉コラボのひとつ。兵士の休日でのニーズを想像して、バスケットボールを世界ではじめてつくったアメリカの老舗・スポルディングに発注。

ジーショック
G-SHOCK × POTR

2023 年

耐久性や品質を追求する両者のタッグ

＜G-SHOCK＞と吉田カバンは、耐久性と実用性に長けている点が同じ。その共通点が両者を引き合わせて出来上がった１本は、90年代のモデルを踏襲したクラシカルな顔つきで、性別問わず人気を博す。

ニンテンドー
Nintendo

2024 年

日本製トランプの生みの親任天堂謹製のアイテム

＜任天堂＞は日本ではじめて紙のトランプをつくったことでも知られており、吉田カバンから製作をオファー。旅行カバンに忍ばせておき、旅先でもレッツ・エンジョイ！

minä perhonen

＜ミナ ペルホネン＞に聞いた吉田カバンとの"ものづくり"の魅力とは？

吉田カバンの思想と技術を未来に伝えるsiemen bag

フィンランド語で"種"という意味をもつ「siemen」。裁断から縫製まですべて吉田カバンの職人・石井種次郎による手作業。＜ミナ ペルホネン＞のデザイナー・皆川 明さんも愛用中だとか。

高い縫製技術を後世に残すために生まれた愛あるコラボレーション

「吉田カバンの製品はシンプルでどんな装いにも合わせやすく、丈夫でありながら機能性も高い印象です。そして、そんな吉田カバンの品質を高次元で守り続けてきた熟練のカバン職人・石井さんの思想や技術を後世に残したいという想いでつくっていただいたのが、siemen bagなんです。素材のクリスペルカーフは扱いが難しいとされていますが、革の特性を熟知した石井さんの手にかかれば、縫製の際にも革に余計な負担をかけず、美しい表情に仕上がります。吉田カバンのみなさんとコラボをさせていただき、耐久性やデザインなど、どの点においても妥協しないものづくりへの姿勢を目の当たりにしたことで、よりいっそう尊敬の想いが強くなりました」

minä perhonen
ミナ ペルホネン

1995年に創業した、ファッションやインテリアなど幅広くデザイン活動を行う日本のブランド。オリジナルの図案によるテキスタイルが人気で、国内外のブランドとのコラボも多く手掛ける。

pparel brand

COLLAB & SPECIAL ORDER

Photograph / Goto Keita (model), Shida Yuya (goods)
Styling / Murata Aimi
Hair&Make / Kato Megumi
Model / miu, Matsuki Ikumi, Kawahara Yuki
Text / Okuzumi Kaede (P26-27,32-33)
Design / Naoi Design Office
Special Thanks / W-BASE BICYCLE GARAGE

Scye × PUMA
MARGARET HOWELL × MIZUNO
UJOH × Reebok
Ray BEAMS meets FRED PERRY
B:MING by BEAMS meets LACOSTE
OUTDOOR PRODUCTS × Lee
agnès b. × CONVERSE

BRAND COLLABORATION

1 ×α

違うから、面白い。スタイルが響き合うコラボ服の話。

テイストも考え方も、ちょっと違う。
でも、その〝違い〟がいいんです。
ふたつのブランドが出会って、お互いをちゃんとリスペクトするからこそ、これまでにない、ちょっと新しい一着ができあがる。
どちらかが主役じゃなくて、どちらも主役。
そんな服には、コラボって言葉だけじゃ語れないストーリーがあるんです。
今回は、そんな特別な一着が生まれた背景を、少しのぞいてみました。

●商品のお問い合わせ先はｍｉｎａ公式ウェブサイトのショップリストをご覧ください。

Scye（サイ） × PUMA（プーマ）

アクティブな大人の休日にマッチするアイテムが勢揃い

こだわりのコラボロゴで着こなしにアクセントを

キャップ 4,950円／ PUMA×Scye、ポロシャツ 49,500円、中に着たノースリTシャツ 19,800円、ベルト 18,700円／以上Scye、パンツ 31,900円／ SCYE BASICS（すべてマスターピースショールーム） 時計 17,600円／ NAVAL WATCH（ZABOU SHIBUYA） デイパック 9,790円／ WILD WALLETS（TACHIYA） ソックス（3P）1,760円／Healthknit（ヘルスニット・ブランズ） シューズ 94,600円／ Paraboot（パラブーツ青山店）

日本のファッションブランド・サイと、世界的スポーツブランド・プーマによるコラボコレクションのセカンドデリバリー。最先端の技術力を誇るプーマと、クラシックなテーラリング技術を軸とするサイの魅力がマッチした、シンプルで洗練されたプロダクトが誕生しました。ラインナップは、スポーティでありながらきちんとした仕立てのよさが感じられる全4型。日常になじむデザインに、"PUMA Cat"と"Scye Rhino"が重なり合うこだわりのコラボロゴが光ります。

Styling advice!

シルクのポロシャツ×濃紺デニムのきれいめコーデにコラボキャップをオン！

How to WEAR

コラボアイテム どう着る？

Detail | コラボロゴ

左袖にあるコラボバージョンの刺しゅうロゴがポイントに。背中にはPUMA Catのロゴプリントも！

定番のTシャツはプリントで遊びゴコロを

ベーシックなシルエットのボディに施されているのは、サイのロゴの背後にプーマの文字が投影されたようなグラフィック。着こなしやすさとコラボならではのスペシャル感が両立した1枚で、ワンツーコーデでもさりげなく目を引きます。8,250円／ PUMA×Scye（マスターピースショールーム）

color ○ ● ●

Detail | ナイロンオックス素材

素材はツヤ感のあるナイロンオックス。コラボロゴのサークルワッペンがデザインのアクセントに。

ミニマルで機能的。日常使いに最適な巾着バッグ

ショルダーストラップを外すと手持ちにもできる2way仕様。シンプルなデザインでさまざまなスタイルにマッチします。財布や携帯など、必需品が収まるちょうどいいサイズ感。内ポケットつきなのも嬉しい。（H22×W15×D15㎝）7,150円 ／ PUMA×Scye（マスターピースショールーム）

color ●

Detail | リバーシブル

カモフラージュ柄の中には"PUMA Cat"と"Scye Rhino"が隠されています。ぜひ見つけてみて！

アウトドアでも活躍する二刀流バケットハット

プレーンな単色パターンと存在感のあるカモフラージュ柄のリバーシブルデザイン。コーディネートに合わせて主役にも名脇役にもなる使い勝手のよさが魅力的です。各5,500円 ／ PUMA×Scye（マスターピースショールーム）

color ● ●

Detail | PUMA CAT ロゴ

フロントには両ブランドが交わるコラボロゴ、バックには"PUMA CAT"ロゴが色違いで入っている。

コラボを象徴するオリジナル刺しゅうが主役

サイ定番アイテムのベースボールキャップをコラボロゴで一新。オールシーズン活躍するさらりとしたコットン素材で、合わせやすいブラックとベージュの2色展開です。4,950円／ PUMA×Scye（マスターピースショールーム）

color ● ●

BRAND DATA

プーマ
PUMA

since 1948 pumajapan

ドイツ生まれの世界的スポーツブランド。幅広い種目の競技用製品を手がけるほか、スポーツにインスパイアされたライフスタイルウェアを提供する。

サイ
Scye

since 2000 scye_officiall

デザイナー・日高久代さんとパタンナー・宮原秀晃さんが設立。英国クラシックをベースにさまざまな現代要素を盛り込んだリアルクローズを提案。

COLUMN

Designer interview

▶ つくり手が語るコラボのこだわり

デザイナー
日高 久代さん

PUMAの革新性とタイムレスな魅力を反映

「コラボのきっかけは、プーマが持つ長い歴史と強いアイデンティティに共感したからです。スポーツブランドとしての革新性やタイムレスな魅力を活かし、シンプルかつ力強いデザインを心がけました。そんななかで特にこだわったのは、コラボの象徴ともいえる刺しゅうロゴ。色、両ブランドのロゴの重なり具合、糸の種類、立体的に見える縫い方など何度も試作を繰り返しました」

流行に流されない、確かなものづくり

マーガレット・ハウエル
MARGARET HOWELL
×
ミズノ
MIZUNO

「『専門分野に特化したメーカーとものづくりができることは非常に光栄です。一緒に取り組み、個々のスタイルを調和させることで、より良いコレクションを創り出しています』と、マーガレット本人は語ります。実際に、ジョン スメドレーや吉田カバン、エドウインなど、長年にわたり継続的なパートナーシップを築いてきたブランドの顔ぶれを見れば、そのスタンスは明らかです。今回のミズノとの取り組みでも、"真面目で確かな日本のものづくり"の精神と、流行に左右されず、スタイルを貫くという価値観の一致が出発点になっています。

印象的なカラーと機能美が光るTシャツ

ロゴなどの装飾はあえて背面のみ。シンプルなデザインだからこそ、シルエットの美しさが際立つ1枚です。モダンなスタイルなので、どんな着こなしにも馴染みます。Tシャツ 14,300円 ／ MIZUNO FOR MARGARET HOWELL(マーガレット・ハウエル)

color ○●●

Detail ｜ 軽量速乾生地

軽やかなタッチの肌触りで、吸汗速乾とUVカット (UPF15) を兼ね備えています。

Detail ｜ 撥水加工素材

マットな質感で無駄を削ぎ落としたフォルムは、マーガレット・ハウエルらしいモダンな佇まい。

リサイクルポリエステル素材を使用した軽量で実用的な2WAYバッグ

肩掛けしやすいようにストラップの幅を広げ、内側には小物の整理に便利なポケットを搭載。フロントには両ブランドのロゴをさりげなくデザインし、コラボレーションの特別感を表現しています。2WAYバッグ 20,900円／ MIZUNO FOR MARGARET HOWELL(マーガレット・ハウエル)

color ●

Detail ｜ ドローコード

フードはドローコード仕様により、雨風等の侵入を防ぐ機能性とデザインアクセントを両立。

コットンのような風合いを持つ軽量でしなやかなナイロン素材

ほどよいゆとりをもたせつつ、ミニマルなデザインに仕上げられており、スポーティさと日常の境界を感じさせない佇まいに。小雨程度なら気にならない撥水仕様で、天候の変わりやすい季節にもおすすめです。ジャケット 44,000円、パンツ 28,600円／ともにMIZUNO FOR MARGARET HOWELL(マーガレット・ハウエル)

color ○●

ロゴで差をつけるワンポイントの存在感

胸元のプリントにジョイントロゴをあしらい、細部にまでコラボレーションの証を宿した仕上がり。プリントTシャツ 17,600円 ／ MIZUNO FOR MARGARET HOWELL(マーガレット・ハウエル)

color ○

Detail ｜ 機能性素材

吸汗速乾に優れた高機能素材が、暑い季節でもさらりと快適な着心地を実現。胴回りは程よくゆとりを持たせ、リラックス感のあるシルエットに。

Detail ｜ ドローコード

コットンのようなナチュラルな風合いが特徴のナイロン素材。裾のドローコードで、動きやすさと着こなしの幅が広がります。

旅先でも街でも使える万能なセットアップ

しなやかなナイロン素材を使用。シワが目立ちにくく、上下で着てもサマになるので、夏の強い味方。シャカシャカした軽快な質感ながら、落ち着いたトーンと無駄のないディテールが、大人の雰囲気を引き立てます。ジップアップシャツ 27,500円、ハーフパンツ 25,300円／MIZUNO FOR MARGARET HOWELL(マーガレット・ハウエル)

color ●●

COLUMN **Director interview**

▶ つくり手が語るコラボのこだわり

マーガレット・ハウエル／ディレクター
池田 賢一さん

スポーツと日常をつなぐ"機能美"を追求

「いまではクロージングまで展開するこのシリーズですが、スポーツブランドのテクノロジーを、"日常の服" としてどう落とし込むか、それが、私たちのデザインです。素材の機能性だけでなく、パターンや縫製のこだわり、そしてブランドらしいトーンなど、そのすべてがマーガレット・ハウエルのものづくりに通じています。こうした服づくりを、これからもミズノさんとともに続けていけたらと願っています」

COLUMN

Director interview

▶ ディレクターが語るコラボのこだわり

マーガレット・ハウエル／ディレクター
池田 賢一 さん

価値観の共鳴から生まれた、ものづくりの信頼関係

「きっかけは、私たちが自分たちのコレクションに合うスニーカーを探していたことでした。当時レザーシューズが中心だったので、"軽さ"を感じるスタイリングのアクセントを求め、ミズノさんにお声がけさせて頂き、我々のスタイリングにマッチした一足が誕生しました。そこから今へと続く関係がスタートしたんです。これまでも、歴史があり、高い技術を持つ各分野のパートナーとともに歩んできた私たちにとって、ミズノさんとの協業もまさにその延長線上にあります。日本の企業ならではの真面目で確かなものづくりの姿勢と、流行に流されないスタンスに深く共鳴しています。ジャンルの異なる2者が交わるからこそ、互いに新しい価値を発見できる。それがこのコラボレーションの醍醐味です」

初コラボから継続して展開されている フットウェアシリーズも再注目!

モダンでありながら、スポーティな機能美が際立つウォーキングサンダル

スポーツサンダルの機能性と、マーガレット・ハウエルならではの洗練された佇まいを融合させた、コラボならではの一足。軽量で足当たりが優しく、歩行時のフィット感も良好。マットな質感と無駄のないカッティングで、大人のカジュアルスタイルにも溶け込みます。サンダル 27,500円／ MIZUNO FOR MARGARET HOWELL(マーガレット・ハウエル)

Detail 03 取り外せるヒールバンド

ヒールストラップはコーデやシーンに合わせて取り外し可能

スリッポンとしても使える2WAY仕様で、スタイリングやシーンに合わせて柔軟に履き方を変えることも可能。旅行や街歩きにも適した機能性を備えています。

Detail 02 アウトソール

クッション性のあるソールが長時間の歩行もサポート

歩きやすさを追求したソールと高いグリップ力を両立する、ミズノ独自の技術を採用。深めの溝を刻んだアウトソールが、雨の日でも安定した歩行をサポート。

Detail 01 アッパー

シームレスで肌当たりが優しいメッシュ素材を採用

フィット感に優れたテープ仕様を取り入れ、足全体を包み込むような安定したホールド感を実現。オールブラックで、コーデのアクセントになるボリューム感が特徴です。

1 **ハリのある機能素材のシャツなら、重ねても軽快さをキープ**

ジップアップシャツ 27,500円／ MIZUNO FOR MARGARET HOWELL、トラウザーズ 39,600円／ MARGARET HOWELL(ともにマーガレット・ハウエル)　ストライプシャツ 22,000円、中に着た半袖Tシャツ 11,000円、ショルダーバッグ 25,960円／以上MHL.、スニーカー 17,600円／ CONVERSE FOR MHL.(すべてMHL.)　ヴィンテージの時計 305,800円／江口時計店 松濤

2 **落ち感のあるTシャツは、デニムと合わせて抜け感を楽しんで**

Tシャツ 14,300円、ソックス 2,750円、スニーカー 26,400円／以上MIZUNO FOR MARGARET HOWELL(マーガレット・ハウエル)　デニムパンツ 35,200円／ CANTON FOR MHL.、巾着バッグ 17,930円、ベルト 8,800円／ともにMHL.(以上MHL.)　時計 17,600円／ CLUSE

3 **全身をニュアンスカラーでまとめると、ぐっと上品なムードに**

パンツ 28,600円、バックパック 26,400円、ソックス 3,300円、サンダル 27,500円／以上MIZUNO FOR MARGARET HOWELL、ポロシャツ 35,200円／MARGARET HOWELL(すべてマーガレット・ハウエル)　中に着たTシャツ 11,000円／MHL.　時計 57,200円／ sazaré(14 SHOWROOM)

BRAND DATA

マーガレット・ハウエル
MARGARET HOWELL

since 1970　margarethowell_jp

英国デザイナー、マーガレット・ハウエルによりモダンクラシックを更新し続けるブランド。素材や縫製への深いこだわりと、着る人の日常に寄り添い実用性を大切にしている。

ミズノ
mizuno

since 1906　mizuno_sportstyle_jp

1906年創業、日本が誇る総合スポーツ用品メーカー。トップアスリートを支える確かな技術と、近年はデザイン性の高いライフスタイルアイテムでも注目を集めている。

UJOH(ウジョー) × Reebok(リーボック)

モード＆スポーティなMIXスタイルを提案

**シャツとスラックスで
スポーツウェアが端正な装いに**

ブルゾン75,900円、バッグ 25,300円
シャツ 42,900円 ／ 以上 UJOH(M)
スラックス 82,500円 ／ NEAT(にしのや)
ソックス(3P) 1,430円 ／ Robert P.Miller
(GSI ABROS)　サンダル 29,700円 ／
BIR KENSTOCK(ビルケンシュトック・
ジャパン カスタマーサービス)

90年代のムードと現代的なディテールが融合したウジョー×リーボックの初となるコラボアイテムは、ウジョーデザイナーの西崎さんが“思い出のリーボック”を深掘りすることにより誕生しました。スポーツウェアらしい素材使いや大胆なカッティング、ウジョーならではの立体的なパターンメイキングやドローコード使いなど、斬新なアレンジが加わっています。懐かしいけれど新しくて、スポーティなのにモード。そんな二面性のあるアイテムが揃いました。

Styling advice!

ジップの閉め方とアイテム選びであえてのアンバランス感。

① 軽量ナップサックに気のきいたスペックが融合

大胆なツートーンカラーに、ダブルネームの刺しゅうがアクセント。ナイロンワッシャー素材を採用し驚くほど軽量です。バッグ口はドローコードで絞れる巾着タイプ。(H43×W37×D13㎝)。25,300円／UJOH(M)

color ● ● ●

② ふた通りのシルエットが楽しめるロングスカート

スポーツブランドのコラボとしては珍しい一着。ひざ下あたりのドローコードを絞ることでシルエットが変わる特徴的なデザインに、心がくすぐられます。シワになりにくいのも魅力的。63,800円／UJOH(M)

color ● ● ●

③ カラフルで懐かしいスタンドカラーブルゾン

ボリューミーなシルエットが存在感たっぷり。大胆な配色はコーデの差し色としても優秀です。オーバーサイズながら、裾のドローコードで丈感の調節ができるのですっきりと着こなせます。75,900円／UJOH(M)

color ● ● ●

④ スタイルよく着られてコーデの幅が広がるTシャツ

ハイウエストボトムとの合わせやインナーとのレイヤードなど、短丈を生かした着こなしが楽しめそうな1枚。ダブルロゴが控え目にプリントされたシンプルなデザインなので、取り入れやすいです。31,900円／UJOH(M)

color ○ ● ●

BRAND DATA

ウジョー
UJOH

since 2009 ujoh.official

コレクションブランドでパタンナーとして経験を積んだ西崎 暢とACOの両氏が設立。美しいテーラードを軸に、あえて均整を崩したデザインや大胆なカッティングを取り入れた服づくりが特徴。知的でハンサムな空気を演出しながら、高い技術力により独創的で体になじむフォルムを実現している。2019年にメンズラインを始動し、2021年秋冬コレクションにてパリ・ファッションウィークへ初参加を果たす。

リーボック
Reebok

since 1895 reebokjp

ジョセフ・ウィリアム・フォスターによって生み出されたイギリス発祥のスポーツブランド。現在は世界80カ国で愛され、国内に11店舗を構える。

COLUMN

Designer interview

▶ つくり手が語るコラボのこだわり

ウジョー デザイナー
西崎 暢さん

“あの頃”の記憶がインスピレーションに

「自分が子どもだった80年代に同級生が着ていたようなトラックジャケットや、ファッションに目覚めた90年代にハマった古着たちから着想し、大胆なカッティングと配色、少し誇張された肩回りや袖のデザインを採用しました。ウジョーとリーボックをどう融合させ、何を生み出すか。普段の服づくりとは違い簡単なプロセスではなかったですが、とてもやりがいを感じたコラボです」

トラッドなポロシャツはワントーンコーデで抜け感を

ポロシャツ 14,300円／フレッドペリー × レイ ビームス（レイ ビームス 新宿） トラウザーズ 22,000円／H.UNIT メガネ 23,100円／THE BEDFORD HOTEL（KING STAR） 時計 36,300円／lip（エイチエムエスウォッチストア 表参道） バッグ 44,000円／COTSWOLD AQUARIUS、ソックス（2P）2,970円／THE RAILROAD SOCK（ともにメイデン・カンパニー） ベルト 4,290円／UNIVERSAL OVERALL（TACHIYA） シューズ 94,600円／Paraboot（パラブーツ青山店）

こなれ感をプラスする、王道ポロシャツ

Ray BEAMS（レイ ビームス） meets FRED PERRY（フレッドペリー）

6年前にスタートしたレイ ビームスとフレッドペリーの別注。そのきっかけは、当時レイ ビームスがポロシャツにフォーカスしており、別注を考えた時に真っ先に思い浮かんだのがフレッドペリーだったということから。

2025年春夏は、ロマンチックをベースにグランジなどの新しい要素をプラスする"ザ・ニュー・ロマンシック"がテーマ。ベーシックなホワイトと青みがかったブルーの絶妙なニュアンスカラーへとアップデートしました。

G3600モデルをカラー別注！

40周年を記念したスペシャルコラボも！

レイ ビームス設立年"1984"の刺しゅう入りで初コラボ

設立40周年を祝し、選ばれたブランドのみが参加できるフレッドペリー主催の『BLANK CANVAS』に参加し、特別なポロシャツを製作。右は80年代のフレッドペリーのアーカイブの編み地をプリント、左はコルセット風のデザイン。右から29,700円、26,400円／フレッドペリー ×レイ ビームス（レイ ビームス 新宿）

襟と袖に入るラインはフレッドペリーのシンボル。トレンドに合わせた短めの丈はルーズ感を回避できる。

Detail | ティップライン

How to WEAR

コラボアイテムどう着る？

In BEAMS

レイ ビームス バイヤー
望月瑛蘭さん
「ポロシャツ、デニム、ハットすべて同系色でまとめました」

Eコマース **佐々木南美さん**
「プリーツスカートをレイヤードしてアクセントを加えました」

レイビームス 新宿 **中野藍衣さん**
「ジャストなトップスとワイドなボトムのバランス感を意識！」

ビームス 二子玉川
兼オムニスタイルコンサルタント
松本佳菜子さん
「モノトーンでまとめてシンプルで上品なスタイリングに」

BRAND DATA

レイ ビームス
Ray BEAMS
since 1984 ray_beams_official
ビームス初のウィメンズレーベルとして誕生。トレンドとベーシックを掛け合わせた自由なスタイル提案を得意とする。ブランドコンセプトは「The Way of Chic」。

フレッドペリー
FRED PERRY
since 1952 fredperryjp
イギリス・ロンドンで設立され、月桂樹のマークでおなじみ。UKロックアーティストからの支持により、UKサブカルチャーのアイコン的存在となっている。

COLUMN

Buyer interview

▶ つくり手が語るコラボのこだわり

レイ ビームス バイヤー
李 未玲さん

変わらないよさを今のムードでアップデート

「テニスウェアをルーツに持ちながら、ファッションブランドとしても地位を確立していったフレッドペリーは、流行に左右されないスタイルが魅力。そんなトラッドな雰囲気を残しながらも、フレッドペリーの定番G3600モデルを、本体のシルエットや仕様はそのままに、この春夏に大活躍間違いなしの爽やかなカラーで別注しました。絶妙な淡いカラーは、さりげなく個性を演出できるので、スタイリングの幅が広がるはず！」

B:MING by BEAMS meets LACOSTE

ビーミング by ビームス / ラコステ

ちょっと違って、ちょっといいから デイリー使いに最適。

ラコステらしさを宿す アイコニックなライン

鹿の子ワンピース 23,100円／ラコステ for ビーミング by ビームス（ビーミング ライフストア by ビームス ららぽーとTOKYO-BAY店） 手に持ったスウェット 4,950円／ DISCUS Athletic（イーヴイアイ）キャップ 9,350円／ OLD SOLDIER、ソックス（3P）3,300円／THE RAILROAD SOCK（ともにメイデン・カンパニー） 時計 15,400円／ NAVAL WATCH（ZABOU SHIBUYA） デイパック 16,500円／ NOTIVE / CANTERA（HEMT PR） サンダル 16,500円／ KEEN（KEEN JAPAN）

ラコステとビーミング by ビームスの別注は、ブランド同士の長年のつながりによって実現。2018年から毎シーズン登場している定番シリーズで、今ではリピーターもいるほどの人気を誇ります。ラコステのベーシックなアイテムに、シルエットやディテールでさりげない工夫を加え、現代のライフスタイルにフィットするバランスに仕上げています。イチから設計された別注デザインは、ほかにはない新鮮さをもたらします。

デザイン完全別注の定番カジュアルカットソー

鹿の子素材を改良した生地を使用。胸元と裾にスリットを施した春夏でも快適に着られるデザイン。鹿の子スキッパートップス 12,100円／ラコステ for ビーミング by ビームス（ビーミング ライフストア by ビームス ららぽーとTOKYO-BAY店）

color ● ● ● ●

Detail | ボックスシルエット

ゆったりとしたボックスシルエットと丈感は、パンツやスカートのうえにタックアウトしてもさまになる。

archive MODEL

シルエットは毎回大きく変えず、毎年、ラコステのシーズンカラーを含む2～3色をリリースしている。

24SS

23SS

How to WEAR

別注アイテムどう着る？

Styling advice!

シンプルなワンピには、おしゃれ度を上げるキャップの出番

Detail | ネックライン

襟ぐりに施したライン入りのリブは、今季のトレンドのスポーツテイストを反映したデザイン。

24SS

23SS

22SS

archive MODEL

直近3年は、フレンチスリーブ、ノースリーブ、五分袖と袖のデザインが変化。今年は襟ぐりにリブが加わり、よりラコステらしいデザインに。

スポーティームードな鹿の子ワンピース

ライン入りのリブがアクセントになったワンピース。Aラインシルエットとフレンチスリーブが、自然に体型をカバーしてくれる。23,100円／ラコステ for ビーミング by ビームス（ビーミング ライフストア by ビームス ららぽーとTOKYO-BAY店）

color ● ● ● ●

BRAND DATA

ビーミング by ビームス
B:MING by BEAMS
since 2016 bmingbybeams_official
ファミリーなど幅広い世代をターゲットに、ライフスタイルに寄り添ったレーベル。カジュアルで洗練されたデザインと高品質なアイテムなど多彩なラインナップが揃う。

ラコステ
LACOSTE
since 1933 lacoste_tokyo
テニスプレイヤー、ルネ・ラコステが開発したポロシャツを起源に持つフランス発祥のブランド。ワニのロゴマークは創業者のニックネームに由来。

COLUMN

Buyer interview

▶ つくり手が語るコラボのこだわり

ビーミング by ビームス ウィメンズ バイヤー
浅子 愛子さん

レーベルごとの個性が光る、特別なLACOSTE

「ラコステとは、ビームスの他レーベルも含め継続的にコラボを実施してきたことから、会社ぐるみで長年おつき合いを続けてきました。他のレーベルでも別注商品をリリースしているので、毎回、どうやってビーミングらしさを出すかに腐心しています。今年はリラックス感のあるシルエットに、トレンドのスポーティーな要素を加えたデザインに仕上げました。1枚で着てもさまになるアイテムなので、重宝すること間違いなしです」

OUTDOOR PRODUCTS × Lee

アウトドアプロダクツ リー

着こなしを格上げする大人オーバーオール

ハンサムなビックシャツをさらっと羽織って

エプロンオーバーオール 24,200円／Lee × OUTDOOR PRODUCTS、デイパック 6,380円／OUTDOOR PRODUCTS（ともに OUTDOOR PRODUCTS Usual Things 中目黒） ストライプシャツ 48,400円 ／ MANAVE（HEMT PR） 半袖Tシャツ（2P）3,520円／ Hanes（ヘインズブランズ ジャパン カスタマーセンター） メガネ 55,000円／金子眼鏡（オプティシァン ロイド） 時計 57,200円／sazaré（14 SHOWROOM） ソックス（3P）1,760円／ Healthknit（ヘルスニット・ブランズ）ローファー 94,600円 ／ Paraboot（パラブーツ青山店）

アウトドアプロダクツのアパレルライン誕生1周年記念のコラボ相手に選んだのは、長年親交のあるワークウェアの老舗リー。ベースとなったのは、アウトドアプロダクツのクリエイティブディレクター・染谷真太郎さんが15年前、L.A.で購入したという70年代のリーのオーバーオール。現代の女性に、当時のムードを感じながらも心地よく着てもらえるよう、シルエットなど随所にアレンジが加わっています。

How to WEAR
コラボアイテム どう着る?

Styling advice!
革靴やブローメガネで締めて かっちり着こなす

Detail ショルダーベルト&ボタン

ショルダーベルトは、太すぎず細すぎないバランスのとれた幅。ボタンや金具も全体のデザインに調和する程よいサイズ感。

コーデの幅が広がるオーバーオール

エプロンつきでワークウェアの機能性も備えつつ、タウンユースにも馴染む洗練されたデザイン。エプロンオーバーオール 24,200円／Lee×OUTDOOR PRODUCTS（OUTDOOR PRODUCTS Usual Things 中目黒）

color ● ●

Detail｜デニム地

春夏にも快適に着られる薄手のデニム地。柔らかい生地感やあせた色合いをヴィンテージ加工で表現している。

Detail｜エプロン

フロントにはファスナーで取り外しできるエプロンがついており、着こなしに変化をつけることも可能。

BRAND DATA

アウトドアプロダクツ
OUTDOOR PRODUCTS

since 1973 ◎outdoorproducts_usualthings

高い耐久性と機能性を備えたバッグをはじめ、アウトドアやデイリーユースに最適なカジュアルウェアや雑貨を展開。2024年にスタートしたアパレルラインは「USUAL THINGS」をコンセプトに、日常使いできて特別感のあるアイテムを提案。女性らしさを感じるカジュアルスタイルを得意とする染谷真太郎氏がクリエイティブディレクターを務める。

リー
Lee

since 1889 ◎leejeansjp

アメリカ発のデニムブランド。ワークウェアをルーツにもち、タフさと動きやすさを兼ね備えたデニムアイテムを展開。ジーンズの定番として高い人気を誇る。

COLUMN

PR interview

▶ つくり手が語るコラボのこだわり

フリーランス PR
森次 まりなさん

シルエットを追求したこだわりのデニム

「コラボの醍醐味は、自分たちだけではつくれないものが形になることだと思います。実はこのコラボは2回目で、1回目は“女性がいかにきれいに穿けるか”をテーマにワイドデニムを製作しました。追加発注がかかるほど好評だったので、第2弾のコラボが実現。スタッフ総出でサンプルを試着して調整を重ねているので、ウエストのカーブやレングスのバランスなど、女性が穿いてもルーズになりすぎない絶妙なシルエットに仕上がっています」

タイムレスなブランド同士がタッグを組んだ！

agnès b. × CONVERSE

アニエスベー　コンバース

セットアップに、オールスターのラフさがちょうどいい

ハイカットスニーカー 20,900円／アニエスベー×コンバース、リネンジャケット 69,300円、半袖アーティストTシャツ 16,500円、リネンパンツ 55,000円／以上アニエスベー（すべてアニエスベー）　ヴィンテージのメガネ 27,500円／にしのや　ソックス(2P) 2,860円／ THE RAILROAD SOCK（メイデン・カンパニー）

抜け感のある着こなしに欠かせないコンバースのオールスターは、オールシーズン活躍する出番の多いスニーカー。そんな頼れるスタメンシューズに、アニエスベーらしいシックな要素を加えたALL STAR Ⓡをリリースしました。ヴィンテージのオールスターに敬意を払い、クラシックをアップデートするという共通の想いのもと手を取り合って誕生した特別なスニーカーは、オーセンティックでありながらもどこか新しさを感じさせます。

Detail 02 ピスネーム＆ヒールテープ

ヒールテープには、コンバースのアーカイブに見られるコットンテープを採用し、ヴィンテージライクな仕上がりに。左足にのみアニエスベーのピスネームが縫い込まれている。

Detail 01 ラバーワッペン

アッパーと同色のラバー素材のアンクルパッチを採用し、アニエスベーらしいシックな印象に仕上げている。星の中に"b."のロゴを組み合わせたオリジナルのデザイン。

Detail 04 アウトソール

ソールを一周する細いラインとカラーをリンクさせたアウトソール。懐かしさを感じるヴィンテージライクな朱赤は、本コラボオリジナル。

Detail 03 インソール

軽量性、クッション性、通気性に優れたコンバース独自の高機能カップインソール『REACT2.0』に、アニエスベーを象徴する12mmピッチのボーダーをプリント。

Detail 06 ヒールラベル

ブラックモデルは、モノトーンのヒールラベルにアレンジ。モダンでシックな仕上がりに。

Detail 05 シュータン

シュータンに配したダブルネームロゴが存在感抜群でコラボならではの特別感を演出する。

シンプルだから どんな服にも合う

ALL STAR Ⓡをベースに、ユニセックスで取り入れやすいカラーリングにアップデート。コットンのシューレースやヒールテープなど、ヴィンテージ感を演出したディテール。20,900円／アニエスベー×コンバース
color ●○

archive MODEL

初コラボではネイビーとアイボリーの軽やかなカラーをリリースしました。シューレースはアニエスベーロゴ入りの特別仕様。

BRAND DATA

アニエスベー
agnès b.
since 1975 @agnesb_officiel
シンプルでタイムレスなデザインが特徴。ボーダーTシャツやカーディガンプレッションなどの定番アイテムは世代を超えて愛され続けている。

コンバース
CONVERSE
since 1908 @converse_jp
ラバーシューズメーカーを起源とするライフスタイルブランド。『オールスター』を筆頭にスニーカー史に残るモデルを多数輩出している。

COLUMN **PR interview**
▶ つくり手が語るコラボのこだわり
agnès b.PR 神農 綾香さん

"コンバース愛"がディテールに宿る一足

「今回のコラボは、創業者のアニエスがコンバースのオールスターを愛用していることから始まり、アニエスベーの日本のデザインチームも参画しました。実はチームを率いるメンバーのひとりが大のコンバース好き。特に30〜50年代のモデルに強いリスペクトを持っていて、当時のディテールや風合いをできる限り再現したいと試行錯誤しました。ヴィンテージの魅力と歩きやすさを両立した、まさにコンバースファンにこそおすすめしたいシューズです」

BRAND COLLABORATION

2 ×artist

さりげないセンスが光るアーティストコラボ

続いてはアーティストとのコラボレーション商品。ファッションアイテムや日用品などの見慣れた顔ぶれが、アーティストの個性的なエッセンスによって、ちょっぴり新鮮に映ります。mina的視点で選んだ6点の魅力を深掘りしてみました。

DESIGN WITH ART

Columbia×north NADO
Kalita×OSAMU GOODS
KEEN×Us 4 IRIOMOTE
F/CE.×ENOMOTO MARIKO
ETVOS×SUZUKI MASARU
IPSA×INDIGO

●商品の問い合わせ先はmina公式ウェブサイトのショップリストをご覧ください。

Photo / **Furukawa Yoshitaka(ica)** Styling / **Murata Aimi** Hair & Make-up / **Kato Megumi**
Model / **miu , Kawahara Yuki** Design / **Hike Naomi**

Tシャツ 22,000円／THE INTERNATIONAL ART COLLECTION（ノウン） 肩にかけたスウェット 4,950円／DISCUS Athletic（イーヴイアイ） メガネ 44,000円／金子眼鏡（オプティシァン ロイド） ヴィンテージの時計 327,800円／江口時計店 松濤

Columbia（コロンビア） × north NADO（ノースナド）

新店舗のコンセプトを落とし込んだポップで目をひくバックプリント

Tシャツ　6,930円／Columbia（コロンビアスポーツウェアジャパン）

アウトドアをすべての人へというメッセージを込めた限定Tシャツ

原宿にすでに3店舗を構えているアウトドアブランド・Columbiaが、5月中旬、明治通り沿いに新しい大型店舗をオープンする。COLUMBIA TOKYO FLAGSHIPと名づけられた店舗は「UNLOCK THE OUTDOORS FOR EVERYONE（すべての人にアウトドアを開放する）」がテーマ。日本最多の商品数を誇り、東京・原宿からアウトドアの世界に足を踏み入れるきっかけを提供したいというのが、ブランドの思いなんだとか。

新店のオープンを記念して、グラフィックアーティストのnorth NADO氏がデザインを手掛けたTシャツをCOLUMBIA TOKYO FLAGSHIP限定で販売。山や木々、テントなどのアウトドアモチーフをあしらい、都会と自然をつなぐ新店のコンセプトを表現しているそうだ。

Limited Collab T-SHIRTS

店のコンセプト、山、木々、テントなどアウトドアを想起するグラフィックをフロントと背面に配したデザイン。6,930円／Columbia（コロンビアスポーツウェアジャパン）

店のドアがアウトドアの世界とつながるように。そんな願いを表現したグラフィックが背面にあしらわれている。6,930円／Columbia（コロンビアスポーツウェアジャパン）

COLUMBIA TOKYO FLAGSHIP

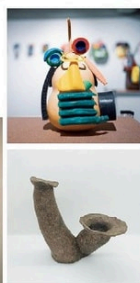
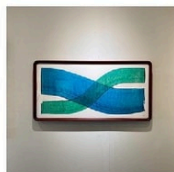
グレーを基調とした都会的な内装に、木材や石材などの自然素材を生かしたインテリアや什器が並ぶ。店の玄関には大型のLEDビジョンを設置し、ブランドが打ち出す世界観を表現するそうだ。

Who's artist?

profile

north NADO ノースナド

ogt_nsk

福岡県在住。クリエイティブコレクティブ"CCS records."所属。レーベル&パーティ"JILI JILI POT"主催。グラフィックデザインを軸に幅広い分野で日々創作活動に向き合い、定期的にその成果を個展で披露している。

ARTIST COMMENT

自分が気持ちいいと思う表現と、これまでのColumbiaのイメージとのバランスを考えて「今までのColumbiaっぽくはないけど、なんかイイ！」と思ってもらえる落としどころを探りました。東京土産感覚で買ってもらえたら嬉しい！

原宿にある既存店舗もチェック！

アウトドアウェアを探したいなら

Columbia 原宿店

原宿キャットストリートに立つ大型路面店。2フロア構成で自然光の入る大きな窓が特徴。登山・キャンプ・フィッシングなどアウトドアウェアを扱う。

ファッションアイテムが充実

THE LIFESTYLE STORE by Columbia

アウトドアで培った機能性を都市生活向けに落とし込んだアーバンコレクションをはじめ、ファッション性と機能性を両立したシューズブランド「SOREL」などを扱っている。

アーバンメンズラインの専門店

COLUMBIA BLACK LABEL STORE

2016年より展開するハイエンドなアーバンメンズライン、「コロンビアブラックレーベル」のみを取り扱う店舗。洗練されたデザインと、機能美、耐久性を兼備したアイテムが揃う。

BRAND DATA

コロンビア
Columbia

since 1938 columbia_jp

アメリカのオレゴン州で創業した総合アウトドアウェアメーカー。独自素材を用いた高機能ウェアは、本格的な登山やキャンプ、ウィンタースポーツを好むユーザーから高い評価を得ている。

BRAND COMMENT

マーケティング部 西津嘉人さん

north NADO氏には、以前Columbiaのシューズのモデルを務めていただいたことも。ポップで洗練されたデザインが、新店舗のコンセプトとリンクしていて感動！

ファンにはたまらない愛らしい見た目のコーヒーグッズ

カリタ

Kalita × OSAMU GOODS

オサムグッズ

コーヒーミル 9,900円、ドリッパー 3,080円、ケトル 9,900円、サーバー1,320円／以上Kalita（ゾーウィー） フォトTシャツ 22,000円／THE INTERNATIONAL ART COLLECTION（ノウン） チノパンツ 23,100円／BARNSTORMER（HEMT PR） メガネ 44,000円／金子眼鏡（オプティシァン ロイド） ヴィンテージの時計 327,800円／江口時計店 松濤 ベルト 2,090円／UNIVERSAL OVERALL（TACHIYA） ソックス（3P）1,430円／Robert P.Miller（GSI ABROS）

about collab

レトロアメリカンな絵柄がコーヒータイムを彩る

コーヒー器具メーカーのKalitaがOSAMU GOODSとコラボレーション。メインキャラクターである「ジル」が描かれた、手挽きミルと三つ穴ドリッパーが登場する。

1958年に創業し、業務用のコーヒー機器の販売からスタートしたカリタは、その後、家庭用に高品質なグッズを展開してきた。現在はドリッパー、オリジナルマグ、フィルターまで幅広く扱い、コーヒー愛好家から支持を集めているブランドだ。

OSAMU GOODSとは、イラストレーターの原田 治氏が手掛けたキャラクターグッズブランド。アメリカンオールディーズを彷彿させるポップなデザインは、80年代に大流行した。現在、懐かしくも新しいキャッチーなデザインに再び注目が集まっている。

実用的でシンプルなデザインと機能美を兼ね備えたコーヒーグッズに、OSAMU GOODSの可愛らしいアイコンが添えられた今回のコラボ。インテリアにも馴染み、いつものコーヒータイムにさりげなく彩りを加えてくれそう。

インテリアに馴染む可愛らしいフォルム

コーヒーミル KH-9 N

2015年発売のミルがOSAMU GOODS仕様で登場。コンパクトだが適度な重さがあるので、安定して挽くことができる。豆容器には蓋がついていて、豆が飛び散らない設計に。9,900円／Kalita（ゾーウィー）

永く使えるザ・スタンダード

陶器製 Fan ドリッパー 101 ロト

創業当初から販売するドリッパーにジルのイラストが加わってよりレトロな雰囲気に。台形で底に穴が3つあいた独自構造は「カリタ式」として知られ、雑味が出る前に美味しさだけを引き出せる。3,080円／Kalita（ゾーウィー）

BRAND DATA

カリタ
Kalita

since 1958　andkalita_official

東京・日本橋で創業した、日本で唯一のコーヒー器具専門メーカー。コーヒーグッズはプロも愛用するほど高品質でありながら手頃な価格を維持し続けており、初心者にとっても身近なブランド。

BRAND COMMENT

営業部 高岡興一さん

OSAMU GOODSとコラボすることで、カリタの認知度アップにつながったらと思います。コーヒーのある"ちょっといい時間、ちょうどいい時間"を楽しんでもらいたいです！

Who's artist?

profile

原田 治 HARADA OSAMU

1946年東京生まれ。1970年に雑誌『アンアン』の創刊号でイラストレーターとしての仕事を始める。以後、活動範囲は雑誌や広告と多岐に渡り、ハイカラでポップなイラストは幅広い世代に長く親しまれてきた。

OSAMU GOODS®

what's OSAMU GOODS?

1976年に欧米の伝承童話『マザーグース』をモチーフに誕生したキャラクター。来年2026年に50周年を迎える。

KEENのチャリティサンダルで西表島に思いを馳せる日常を

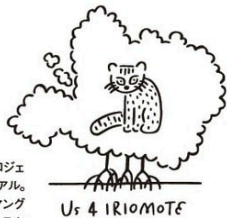
KEEN(キーン) × Us 4 IRIOMOTE(アス・フォー・イリオモテ)

サンダル 11,000円／KEEN JAPAN

about collab

西表島の明日を紡ぐプロジェクトから生まれたチャリティサンダル

KEENのプロダクトチームは、ヴィジュアル撮影で訪れた沖縄県・西表島の壮大な自然に魅了されたことをきっかけに、2019年、西表島の自然保護を目的とした「Us 4 IRIOMOTE」プロジェクトを始動。名前には、私たちが今できることを考え、西表島の自然と文化を明日に継承するという思いを込めた。

プロジェクトのキーヴィジュアルを手掛けたイラストレーター・長場雄氏のイラストをあしらったサンダルは、本プロジェクトのチャリティグッズとして発売される。ほかにTシャツやキャップなどもラインナップ。売り上げの一部は西表島の自然環境保護や文化継承活動、エシカルな旅の啓蒙団体に寄付される。

長場氏が描いたプロジェクトのキーヴィジュアル。西表島の形をしたマングローブに、イリオモテヤマネコが座っている。

→写真はプロジェクトの活動の様子。年間30万人超の観光客が訪れる西表島は、観光スタイルの多様化にともない、植生や生態系の破壊が懸念されている。本プロジェクトでは海洋ゴミ拾い、マングローブの生態系を学ぶワークショップなどを実施。西表島について正しく知ることが、エシカルな旅の第一歩であることを発信している。

西表島の生物があしらわれたKEENの軽量サンダル

モノクロデザインで仕上げた

SHANTI ARTS

長場氏が描いた西表島のさまざまな生物のイラストを施したデザインのSHANTI ARTS。アウトソールラバーには、街灯の少ない夜の西表島でも安全に歩けるよう蓄光素材を採用した。非常に軽量で持ち運びが容易なため、飛行機内や現地でのリラックスサンダルとしても使えて、お土産感覚で気軽に買える。サンダル 11,000円／KEEN JAPAN

BOTTOM

SIDE

BRAND DATA

キーン
KEEN

since 2003 keen_japan

米国オレゴン州ポートランド発のアウトドアフットウェアブランド。水陸両用サンダルや、サンダルとスニーカーのハイブリッドアイテムなど、機能性と快適性に優れた商品が多数揃う。

BRAND COMMENT

プロダクトシニアスペシャリスト 青木泰裕さん

KEENの思いと長場さんの世界観が溶け合った唯一無二の存在になりました。このサンダルをきっかけに、Us 4 IRIOMOTEの取り組みに少しでも興味を持ってもらえたら嬉しいです。

Who's artist?

profole

長場 雄 NAGABA YU

kaerusensei

1976年東京生まれのイラストレーター。2014年に白黒のシンプルなラインのみで描かれた作品を発表。雑誌『ポパイ』の表紙に起用されたことで一躍その作風が知れ渡り、以降広告やアパレルブランドとのコラボレーションなど幅広く活躍。

ARTIST COMMENT

西表島にいると不思議と気持ちが静かになって、呼吸が深くなるんです。きっと都会生活の中でずれていったリズムを、自然がそっと整えてくれているんじゃないかと。あの圧倒的な自然が、ずっと続いていってほしいと願っています。

エフシーイー

F/CE.

×

榎本マリコ

ENOMOTO MARIKO

リラックスシルエットと
個性的なアートプリント

プリントロングスリーブTシャツ 19,800円／F/CE.® ×MARIKO ENOMOTO（F/CE. Flagship Store Tokyo） 中に着た半袖Tシャツ 8,580円／MIXTA（メイデン・カンパニー） スウェットパンツ 26,400円／UNIVERSAL PRODUCTS.（1LDK） メガネ 46,200円／金子眼鏡（オプティシャン ロイド） ソックス（3P）1,760円／Healthknit（ヘルスニット・ブランズ）

about collab

シュールなアートを落とし込んだコラボウェア

F/CE.は、毎シーズンひとつの国に焦点を当て、コレクションテーマを掲げている。2025年の秋冬シーズンのテーマはベルギー。建築、デザインなどにおいて新しさ・革新性=Nouveauを生んできた国である。Nouveauを表す要素のひとつとして、「シュルレアリスム的視点」に着目して生まれたのが今回のコラボ。シュールで不思議な世界観を描く画家・榎本マリコ氏の作風に親和性を感じてコンタクトをとったんだとか。榎本氏の過去のアーカイブから特にコレクションテーマとフィットすると感じたふたつの作品を選び、パーカと長袖Tシャツを製作。オーバーサイズでドロップショルダーのデザインは、リラックスしたいおうち時間やワンマイルコーデにもぴったり。

HIDDEN IDENTITY BY M.ENOMOTO HOODY

FRONT　BACK

パーカは裏毛のリサイクルスウェット。コットン100%なので着心地は抜群。大きくあしらわれたバックプリントが榎本氏の作品。ホワイトとチャコールグレーの2色。26,400円／F/CE.® × MARIKO ENOMOTO (F/CE. Flagship Store Tokyo)

HIDDEN IDENTITY BY M.ENOMOTO LONG SLEEVE

FRONT　BACK

長袖Tシャツはリサイクルコットンを使用。繊維の長さが不均一であることから節感のある生地になり、ヴィンテージライクな仕上がりに。ホワイトとチャコールグレーの2色。19,800円／F/CE.® × MARIKO ENOMOTO (F/CE. Flagship Store Tokyo)

BRAND DATA

エフシーイー
F/CE.
since 2010　fce_tools

コンテンポラリーファッションをベースに、世界各国のカルチャーから着想を得たデザインを展開。都市生活で心地よく過ごせる機能的でファッショナブルなアイテムは国内外で人気を集めている。

BRAND COMMENT

デザイナー 春山麻美さん

女性アーティストとははじめてのコラボ。ユニセックス展開なので、ふたりでお揃いで着るのもおすすめです。ぜひいろんなスタイリングで楽しんでほしいです！

Who's artist?

profile

榎本マリコ
ENOMOTO MARIKO

mrkenmt

1982年生まれ。2018年に日本で出版された韓国の長編小説、『82年生まれ、キム・ジヨン』の装画に採用されたことを機に、シュールで個性的な絵柄が注目を集めた。現在は油彩の作品制作のほか、書籍の装画や映画のビジュアル等を手掛ける。

きらきらした生命感を感じるアートなパッケージ

ETVOS × SUZUKI MASARU

エトヴォス　鈴木マサル

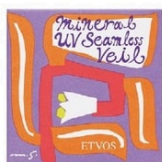
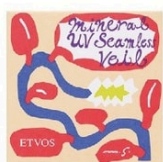
(右から) ミネラルUVパウダー スノーホワイト　SPF50 PA++++ 5g 3,630円、ミネラルUVシームレスベール ナチュラルベージュ SPF50 PA++++ 9g 3,740円、ミネラルUVアクアプロテクター SPF50+ PA++++ 30g　3,960円／以上エトヴォス　メガネ (サーモントフレーム) 57,200円、(セルフレーム) 48,400円／ともに金子眼鏡 (オプティシァン ロイド)

about collab

鮮やかな色彩で思わず手にしたくなるUV ケアライン

エトヴォスでは、「持っていて気持ちが明るくなるようなデザイン」を目指し、これまでも季節限定パッケージを企画してきた。テキスタイルデザイナー・鈴木マサル氏とのコラボのきっかけは、エトヴォス代表の尾川ひふみ氏が、鈴木氏のテキスタイルブランドの傘を使っていたことから。見る人を楽しい気持ちにするような色鮮やかなデザインは、エトヴォスの理念と一致した。

鈴木氏とのコラボは昨年に続いて2回目。今年は外箱のみが限定デザインになる。モチーフとなったのは草花だが、花ではなく茎や葉にクローズアップしていて、華やかなメイクのベースを支えるUVケアラインであることを意識したデザインになっている。

ヒト型セラミド、ナイアシンアミド、ヒアルロン酸などの潤い成分を配合し、軽いつけ心地を実現。高い紫外線防御力を持つ日やけ止めは昨年の大好評を受けて再販。プレストパウダー、ルースパウダーはカラーによって外箱のデザインが異なる。（上から）ミネラルUVアクアプロテクター SPF50+ PA++++ 30g 3,960円、ミネラルUVシームレスベール SPF50 PA++++ 9g 3,740円、ミネラルUVパウダー SPF50 PA++++ 5g 3,630円／以上エトヴォス

昨年のコラボパッケージは動物をモチーフに制作

2024年の限定デザインでは、本体のパッケージも鈴木氏が手掛けた。象や鳥、ライオンなどの動物が自然の情景と鮮やかな色使いで描かれており、手に取るたびに楽しくなるようなデザイン。

Who's artist?

profile

鈴木マサル
SUZUKI MASARU

masaru_suzuki_textile

千葉県出身のテキスタイルデザイナー。色鮮やかなプリントを中心に展開するファブリックブランド「OTTAIPNU」を主宰。国内外でイベント空間の装飾、家具、乗り物、ステーショナリーなど幅広くデザインを手掛けている。

BRAND DATA

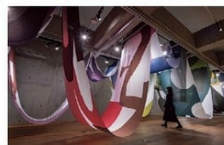
エトヴォス
ETVOS

since 2007 etvos.jp

肌本来の力を引き出すセラミドスキンケアとミネラルメイクを展開する日本発の化粧品ブランド。大人ニキビや肌荒れに悩んだ創業者の尾川氏によって、2007年に設立された。

BRAND COMMENT

商品企画 楠間 舞さん

見た瞬間に夏を感じてわくわくするようなパッケージデザイン。洗練されたシンプルな容器デザインのギャップがあって、個人的にはそこも気に入っています！

ARTIST COMMENT

エトヴォスのパッケージはシンプルなものなので、私でいいのかと不安でしたが、むしろ僕らしく、とのオファーで嬉しかったです。今回は日常とは違う雰囲気で、異国のものを手にしたときのような高揚感を得られるデザインを意識しました。

Photo / Inoue Masaaki(Bouillon)

イプサ IPSA × インディゴ INDIGO

使うたびに癒やされるグラデーションボトル

水と光をテーマにして“潤いで満たす”を表現

ロングセラーの薬用化粧水、ザ・タイムR アクアが、デジタルアーティスト・INDIGO氏が手掛けるパッケージで登場。ボトルは健康的な肌の微小血管の循環を表すピンク、栄養と再生に不可欠である水の純粋さと新鮮さを表すグリーンのグラデーションになっている。外箱は、デジタルカメラで撮影した光の屈折を抽象的に表現してデザインしたもので、スキンケアを通じて肌だけでなく心まで潤いで満たされていく感覚を表現しているそうだ。

外箱もコラボデザイン！

角層表面に水の層をつくり水分をしっかり補給。水をまとったようなぷるぷるの肌に。イプサ ザ・タイムR アクア（医薬部外品）200mL 4,730円／イプサ

BRAND DATA

イプサ
IPSA

since 1986 ipsa_jp

多角的なアプローチでひとりひとりがもつ美的生命力を引き出す化粧品メーカー。店頭では肌状態や普段のスキンケア方法、生活環境などさまざまな角度から丁寧にカウンセリングしてくれる。

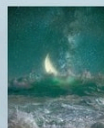
BRAND COMMENT

商品開発担当・山崎麻衣さん

繊細でありながら内なるエネルギーを感じるINDIGOさんの作品に、「スキンケアを通じた自己表現」を目指す私たちが共鳴しました。スキンケアの時間をより楽しんでほしいです。

Who's artist?

デジタルアートってなに？

PCやタブレットなどのデジタルデバイスを使ってつくられるアート作品のこと。伝統的な絵画や彫刻とは違い、CGやデジタル加工など新しい技術を活用して生み出される。

profile

INDIGO
インディゴ

indg0

水の要素を取り入れた作品を多く手掛けるデジタルアーティスト。夢のようで幻想的、ロマンチックな色彩が特徴的な作品は、世界中の人々から人気を集めており、Instagramでは80万人以上のフォロワーを抱えている。

ARTIST COMMENT

自然の中でもっともシンプルで、もっとも重要な要素である「水」と「光」とつながり、回復と癒やしを感じることを目指したデザインです。使う方が自分の肌に向き合い、スキンケアの時間を大切にする気持ちを後押しできたら嬉しいです。

意外性がわくわくさせる！

”異業種コラボ“どう生まれる？

Mismatch with Maximum impact.

「そんなコラボあり!?」と驚く、ジャンルを越えた出会い。その意外な組み合わせが、われわれに刺激を与え、わくわくさせてくれる。この特集では、アパレル、アート、キャラクター、カルチャー、地方自治体、伝統工芸など、異なる業種同士がコラボした、新感覚のプロダクトや体験を深掘りしていきます。普段、交わることがないような両者がどう出会い、どのように形になったのか？　それぞれのコラボ担当者に、熱い制作ストーリーを聞きました！

Design / Uemura Miki

やっぱりビームスっておもしろい！

Text / Nawa Riho
Design / Uemura Miki

意外な"異業種"とつくる モノとコト

既存のデザインやカルチャーに捉われない自由な発想で人々を楽しませる

「カップ麺から宇宙まで。こうきたか！をカタチにします。」をスローガンに、目を引く異業種との企画を連発しているビームス。そのオリジナリティは一体どこから生まれるのか。つくり手への取材によって見えてきたのは、ヒト、モノ、コトのフレキシブルな掛け合わせ。ブランド開発、商品開発、プロモーション、コンテンツ制作、イベント企画、店舗デザインなど、それぞれの得意分野を持つスタッフが揃っているからこそ、企画や取り組みの内容に合った個性や経験、ひらめき力を持つメンバーをその都度編成できるのだという。さらに、セレクトショップとしての視点を取り入れた、課題との向き合い方もビームスの強み。すでに浸透しているデザインやカルチャーも、ビームスの視点で捉えれば、まだまだ新たな可能性が潜んでいて、その価値を変化させて発信できるということ。それが、異業種との取り組みにビームスが関わるおもしろさであり、ほかとはひと味違うプロダクトやコンテンツを生み出し続けられるゆえんである。知れば知るほど、ビームスって最高だ！

素敵な一着を求めて立ち寄らずにはいられないビームスは、遊び心ある品揃えと独自のキュレーションに加え、異業種との取り組みも多種多様。「衣食住」から「旅」「アート」まで、驚きとわくわくが詰まった発想力が光ります。

BEAMS CROSSOVER PLAY

プロデューサー 佐野さんが語る！

牛乳石鹸共進社 (2019~) BEAMS JAPAN

ビームスカラーの箱に入った石鹸はこのコラボの限定品！

「ビームス ジャパンと牛乳石鹸共進社がタッグを組み、銭湯の楽しみ方を発信するプロジェクト『銭湯のススメ』。2019年より開始し、2024年には都営バスを運行する東京都交通局も加わって、『銭湯のススメ 2024～都営バスでめぐる編～』という銭湯めぐりを提案しました。私自身、昔から牛乳石鹸を愛用していて、ブランドの大ファンでもありました。そんな牛乳石鹸共進社から、固形石鹸の魅力を若者にも届けたいと相談をいただいたことから企画はスタート。打ち合わせを繰り返すなかで、会社として銭湯文化をとても大切にしていると伺いました。『銭湯のススメ』では古き良き日本の文化を広く発信することを目的に、銭湯をめぐるとオリジナルTシャツなどが当たるスタンプラリーや、店舗での銭湯グッズの商品販売を実施し、馴染みのない世代にもアプローチをおこないました。その結果、デザインによって銭湯へ向かう動機づけをし、衰退しつつある銭湯文化に目を向けるきっかけをつくったということで、2020年度グッドデザイン賞を受賞しました。公共のお風呂に裸で入る文化は、世界中を見ても日本だけだと思います。この企画に携わって、あらためて銭湯の魅力に気づきました。家族や友人、近隣の人々とのコミュニケーションが生まれる文化として、今後も続いていくといいなと考えています」（**佐野明政さん／プロデューサー**）

長場雄氏がイラストを手がけた銭湯グッズも発売

台湾観光局 BEAMS (2013~)

プロジェクトマネージャー 君島さんが語る！

25回も訪れた台湾の魅力を余すことなく伝えるプロジェクト

「日本から台湾への観光客を増やすことを目的に、ビームスの企画力やPR力、デザイン力などを集結し、台湾の魅力をリアルな視点で発信するプロモーション『台湾好部』をローンチしました。これまで25回の渡航歴がある私と、手を挙げてくれた台湾好きのスタッフ、そして、2013年より台湾観光局とビームス台湾店のスタッフとともに、観光プロモーションをおこなっています。日本と台湾でそれぞれ運営チームを編成し、どんなテーマでどんなスポットを紹介すべきか、記事のアイデアを膨らませていきました。メンバーみんなが楽しみながら積極的に取り組み、旅行計画のヒントになるネタをシェアしてくれたことで、期待以上のコンテンツに仕上がったと思っています。自分ひとりではできないことも、優秀なスタッフを集めてチームをつくることで大きなことを成し得られるのだと実感できました。ウェブページでの観光案内とそこから派生したSNSは、社内外の台湾好きから非常に反響があり、『台湾好部』について声をかけられる機会も増えました。JR新宿駅構内のビームス ニューズで開催したPOPUPでは、陳列した台湾菓子類が完売に近い売れ行きだったほか、台湾をイメージした内装デザインも好評でした！ 旅行好きなスタッフがたくさんいるので、観光を軸にした企画は今後もトライしていきたいですね」（**君島聡子さん／プロジェクトマネージャー**）

読めば、台湾熱が高まること間違いなし！

こんなこともやっています！ 酒・食・地方、異色のコラボあれこれ

「**高橋酒造・三和酒類・薩摩酒造とビームスジャパン**がコラボをし、お酒がある時間の自由で楽しい過ごし方を発信するプロジェクト**『焼酎のススメ』では、2020年にコロナで営業自粛を余儀なくされた飲食店街・新宿ゴールデン街を応援**するべく、名称統一とシンボルとなる看板のデザインなども手掛けました」

佐野さん

「兵庫県神戸市出身の僕は、ポートタワー60周年を記念したフードフェスのプロデュースを担当しました。**各地にある飲食店のキュレーションなど、生まれ育った地域との取り組み**はやはり熱が入りましたね。**地方出身のスタッフがそれぞれの地元と連携したら、おもしろい化学変化を起こせるのでは**と期待しています」

井上さん

角川武蔵野ミュージアム BEAMS (2020)

プロデューサー 中村さんが語る！

神秘的な空間にふさわしい制服をプロデュース

「2020年に埼玉県所沢市にオープンした角川武蔵野ミュージアムのスタッフ制服と、公式グッズであるサコッシュ、メッセンジャーバッグのプロデュースをおこないました。建築家の隈研吾氏が手掛けたミュージアムのスタッフが身につけるものなので、特に制服はその世界観に溶け込むデザインを意識しました。ショップコートとシャツ、エプロンはすべてグレーで統一し、研究者のようなミニマルな佇まいでありながら、ポケットを左右非対称に配置し、大きくすることで、ファッション性と機能性を両立しています。人を選ばず、誰もがスタイリッシュに着こなせると気に入っていただけました。採用から5年が経過した今でも着用し続けていただけていることが嬉しいです。ビームスのユニフォームブランド『ユニフォーム サーカス ビームス』には30年以上の歴史があり、学生の部活動着から企業制服まで、数えきれないほどのユニフォームをつくってきました。過去には、病院をプロデュースし、ロゴや内装をはじめ、スタッフユニフォームや健診着まで監修した事例もあります。多様な才能を持つスタッフが在籍するビームスならではの発想力を生かした取り組みを、今後もおこなっていきたいですね」（**中村尚史さん／プロデューサー**）

ファッション×カルチャーを融合した企画力が自慢

58

プロデューサー 井上さんが語る！

NISSAN BEAMS (2024〜)

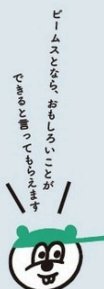
『他がやらぬことをやる』を掲げている日産と『モノを通して文化をつくる』BEAMSが手を組んだ本企画。第1弾では、日産の人気車種『ルークス』をベースにしたコンセプトカー『ROOX BEAMS CUSTOMIZED CONCEPT』を監修し、カスタムカーの祭典とも呼ばれる東京オートサロン2024で発表しました。市販化してほしいというお客様の声に応え、第2弾では、ビームス監修のオリジナルデザインをまとった『日産サクラ』『デイズ』『ルークス』『ノート』『セレナ』『エクストレイル』の特別仕様車を台数限定で販売しました。ビームスが追求するのは、普段着のカッコよさ。第2弾となる今回は『DENIM TRIBUTE』と題して、デニムの裏面を再現したシートカバーを採用しました。デニムはファッションにおいて欠かせないアイテムであり、着れば着るほど馴染んでいくもの。車も生活には欠かせないものであり、毎日乗るうちに愛着が湧くもの。そんな共通点から、デニム地のシートカバーを着想しました。コンセプトカーと同様、本物のデニムを使いたかったのですが、色移りや耐久性の面で実現が難しく、デニムライクな生地を探し出しました。ヴィンテージデニムの特徴であるセルビッチやパッチポケットなどのジーンズのディテールを反映し、洋服選びと同じようなわくわくを感じてもらえる仕上がりになっています」（**井上博喜さん／プロデューサー**）

本当によいものに裏表はない！裏返しにしたデニムを再現したシートカバー

お客様のお声から市販化が実現しました！

「Jリーグが設立30周年を迎えた2023年、ビームスジャパンとのコラボが実現しました。日本のサッカー文化を盛り上げるプロジェクト『ビームス サッカー』を始動し、J1からJ3までの全60クラブのTシャツをデザインしたほか、チームのホームタウンである各地の銘品とサッカーとファッションを掛け合わせた、うちわやけん玉など12品を発売しました。ビームスジャパンが大切にしているのは地域とのつながりであり、ホームタウンを重視するJリーグの理念と共鳴しています。身につけるものをきっかけにして、好きなスポーツやクラブ、選手を応援する気持ちでつながり、日本全国で新たな交流が生まれることも狙いのひとつです。各クラブのエンブレムを胸元に、Jリーグの公式マスコット・Jリーグキングを各クラブのカラーで背中にプリントすることで統一感を持たせながら、それぞれのクラブの特徴を表現しました。先行受注が予想以上に好評だったため、慌てて追加のプリントをお願いできる工場を探したのもよい思い出です。今でもJリーグの試合を観に行くと、コラボTシャツを着用してくださっているファン、サポーターの方がいて、幸せな気持ちになります」（**佐野明政さん／プロデューサー**）

Jリーグ全60チームのファングッズを受注販売

ビームスとなら、おもしろいことができると言ってもらえます

プロデューサー 佐野さんが語る！

公益社団法人 日本プロサッカーリーグ BEAMS JAPAN (2023)

プロデューサー 吉井さんが語る！

STARBUCKS BEAMS (2024)

「我々ビームスは『ライフスタイルクリエイター』として、生活に関連するモノ・コトのアップデートを図り、人々の日常をより活力のあるものにするお手伝いをしてきました。一杯のコーヒーを通して人々の暮らしを豊かにするスターバックス コーヒー ジャパンとビームス、フィールドは違えど、お客様に届けたいもの、感じてもらいたい思いが同じだったことからコラボの話が上がりました。販売したのは、タンブラーやステンレスボトル、スローケットやバンダナなど、毎日のコーヒータイムを彩る全26アイテム。なかでも、チャンピオンとのトリプルコラボで誕生したスウェットとヘビーウェイトTシャツは、発売後すぐに完売するほど大人気でした。商品には、ビームスの原点とも言えるアメリカンカレッジの要素を取り入れ、カレッジフォントとペナントの総柄デザインを採用。トラッドで日常に馴染むけれど、ちゃんと遊び心もある。そんなビームスらしさの伝わるアイテムに仕上がったと思います。

コーヒータイムを盛り上げる トリプルコラボも実現

お客様に『そうきたか！』と感じていただけるようなユニークで新鮮なコラボレーションを続けることで、みなさまの暮らしがもっと楽しく、充実したものになれば、これほど嬉しいことはありません」（吉井聖さん／プロデューサー）

アイデアが飛び交う企画会議は楽しくて刺激的

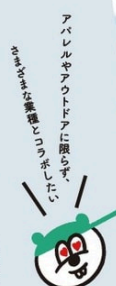
アメリカ発の2社と製作したウェアは即完売！

チーフプロジェクトマネージャー 森さんが語る！

HAPPY OUTSIDE BEAMS LIFE LABEL (2023)

「ビームススタッフが〝外遊び〟に焦点を当て、ヒト、モノ、コトなどあらゆるコンテンツを提案するブランド、ハッピーアウトサイド ビームスでは、2023年5月に住宅ブランド『ライフレーベル』が手掛けた外遊びを楽しむための家『Sunny Track House』をプロデュースしました。チームで議論してたどり着いたのが、『屋内でありながら外にいる気分を感じられる』というコンセプト。太陽光が降り注ぐ2階に、多くの時間を過ごすリビング&ダイニングと、室内から地続きのアウトサイドリビングをつくりました。家の中と外の境目をできる限りなくし、外からもアウトサイドリビングや土間にアクセスできる点がポイントです。

光の取り入れ方と外へのアクセスにこだわった住宅をプロデュース

家と外をシームレスにつなぐという理想と、プライバシーの確保や住居としての安全性の両立には苦心しましたね。インテリアのコーディネートにおいても、単純に〝アウトドア好きな人の家〟ではなく、上質な生活を志向する人の趣味やこだわりを感じさせられるように、空間に合ったグッズやギア、車種まで提案しました。単なる住まいと捉えるのではなく、ハッピー アウトサイド ビームスとしてどんな暮らしを提案できるかということに、僕自身もとても興味があります」（森 和範さん／プロジェクトマネージャー）

アパレルやアウトドアに限らず、さまざまな業種とコラボしたい

デザイナー 水上さんが語る！

Ziploc® Ribbon BEAMS COUTURE （2024～）

「デッドストック品のリメイクと手仕事をコンセプトに掲げるビームス クチュールがデザインを監修した『Ziploc®デザインバッグ リボン』は現在好評発売中。ビームス クチュールとしてはじめて手掛けた異業種コラボレーションは、まさにこのジップロック®との取り組みでした。コラボを依頼したいけれど連絡先が分からず、自らお客様相談室へ問い合わせをしたんです。『ジップロック®の魅力をファッション目線で再解釈したら、おもしろいに違いない！』という確信があり、サンプルを用意してプレゼンをしたところ、念願叶ってコラボレーションが実現しました。普段当たり前に存在しているものも、新しいデザインが加わることで見え方が変わる。そういったところにリメイクのやりがいを感じています。

リボンのイラストが目を引く、特別なジップロック®を開発

本来は消耗品のジップロック®ですが、コラボレーションの第1弾ではジップロック®そのものを縫い合わせてパッチワークにし、バッグやキャップ、傘などをつくりました。今回の『Ziploc®デザインバッグ リボン』のテーマは、〝ラッピングも機能的に！〟。日常使いはもちろん、贈り物のラッピングなどにも使っていただけたら嬉しいです」（**水上路美さん／BEAMS COUTUREデザイナー**）

これからどんなことが待っている！？ 注目のコラボレーション

昨年末に、「ビームス ライフ 横浜」という体験型セレクトショップの新業態がスタート。食にまつわる企画が増えるかも!?（君島さん）。
2025年夏、西日本でユニークなコラボ企画を実現予定！（佐野さん）

プロジェクトマネージャー 高瀬さんが語る！

HAPPY OUTSIDE BEAMS 別府市 （2015～）

「別府市とは2015年からもう9年目となる取り組みを継続しています。温泉でアーティスティックスイミングをするPRムービーの制作や、湯ぶっかけ祭りの実施など、別府市は行政のなかでも珍しくとてもユニークなプロモーションをおこなってお り、ビームスの視点やコラボ実績を見て、声をかけてくださいました。取り組みスタート時は、ビームス店内にて別府市の地場産品をセレクト・販売し、店内に足湯を設置したイベントを実施することで新たなターゲットに発信。2023年からはデジタルガイド『NEW BEPPU CITY GUIDE』を制作し、ビームスのスタッフが実際に体験した別府の魅力を紹介しています。別府市は温泉地としてとても有名ですが、温泉以外にもいいところがたくさん。海と山に囲まれていて美味しいグルメが豊富だし、最近は都市圏からのI・Uターンの人も多く、おしゃれで個性の光るお店も増えています。ハッピー アウトサイド ビームスでは、温泉に入ったあとの過ごし方に着目し、アクティブに活動するのが好きな僕たちスタッフも満たされるスポットを毎回本気で探しています。路地裏を探訪するなど、一般的なガイドブックにはない提案や切り口は読者からも好評です」（**高瀬弘将さん／プロジェクトマネージャー**）

温泉だけじゃない〝別府カルチャー〟をデジタルガイドで発信

ゆるくて面白い人が多い
別府のファンに

商品開発の際は、ユーモアも忘れずに

プロデューサー 佐野さんが語る！

名古屋 BEAMS JAPAN （2019～）

「日本の魅力を掘り下げ、ファッションや食、アートやクラフトとして国内外に発信しているビームス ジャパン。さまざまな地域とのコラボレーションをおこなうなか、２０１９年から始まったコラボレーションプロジェクト『大名古屋展』は昨年で5度目の開催となりました。地元を代表する企業や団体と協働して、名古屋・愛知の魅力を再発信しています。地元の方には自分たちが暮らす街にさらなる愛着を持ってもらえるように、県外の方にとっては足を運ぶきっかけとなるように。２０２４年は『まだまだ、名古屋。』というテーマを掲げ、知られざる魅力がたくさんあることを発信しました。コラボ商品の製作において大切にしているのは、くすっと笑えるウィットさとファッション性をミックスし、ビームスならではのエッセンスを加えること。昨年、愛知トヨタとともにつくったTシャツとトートバッグには、名古屋の2大人気者、中日ドラゴンズのドアラと名古屋グランパスのグランパスくんをプリント。このような、

野球とサッカー、2大キャラのコラボグッズが名物

ここでしか手に入らないコラボグッズを毎年楽しみにしてくれるファンの方もいて、『大名古屋展』が根づいてきたことを実感します。名古屋・愛知には奥深い歴史と文化があり、それらを支える温かい人たちがたくさんいる。プロジェクトを通じてこれからも発信していきたいと考えています」（**佐野明政さん／プロデューサー**）

61

音楽好きなメンバーでつくったグッズは愛着もひとしお

プロジェクトマネージャー 稲垣さんが語る！

福岡ソフトバンクホークス スペースシャワーTV BEAMS （2024～）

FUKUOKA MUSIC FES. 2025

2025 1.25[SAT] / 1.26[SUN]

みずほPayPayドーム福岡

「プロ野球球団の福岡ソフトバンクホークスと音楽専門チャンネルのスペースシャワーTV、そしてビームスの3社がプロデュースする、国内最大級の屋内音楽フェス『FUKUOKA MUSIC FES・２０２５』が今年もみずほPayPayドーム福岡にて開催されました。『音楽フェスを通じて福岡の街が、エンターテイメントの発信地として、多くの方に楽しんでいただける場所になれば』というソフトバンクホークスの想いから始まりました。大規模のフェスに参画することは、ビームスとしても新たなチャレンジであり、お客様にも楽しんでいただけると感じましたね。音楽事業の企画・制作をおこなうスペースシャワーTVも加わり、互いの強みを生かしたエンターテイメントの発信を目指しました。ビームスは本フェスでオフィシャルグッズや音楽以外の体験コンテンツの企画に携わっています。製品をつくるうえで最も大事にしているのは、自分たちがフェスに行くときにも着たい・使いたいと思えるかどうか。プロジェクトメンバーは、音楽好きや福岡に縁のあるスタッフで編成。企

屋内音楽フェスを盛り上げるグッズをデザイン

画会議はかなり盛り上がりました。自分たちの体験や、これから行く予定のフェスやイベントを仮定した企画について考えるのは楽しいし、説得力もあると思います。どんな企画や商品をつくる場でも必ず自分達が自信を持って楽しめるかを考える、それがビームスの強みだと感じています」（**稲垣文彦さん／プロジェクトマネージャー**）

COLLABORATION IS CULTURE.

グローバルワークが仕掛ける、カルチャーとファッションの“異業種コラボ”。

初のグローバル旗艦店を銀座にオープンさせたグローバルワーク。国内外のさまざまな人とブランドを“Connect”するために手を取り合ったのは、気鋭のメディアやアーティスト、コーヒー店でした。異なるもの同士のつながりが、また新たな出会いを生み出す。コラボの真髄ともいえるこの仕掛けを、mina が紐解きます。

Design / **Uemura Miki**

●掲載アイテムは在庫に限りがあり、販売状況により、5月中に終了する可能性があります。
●商品の問い合わせ先はmina公式ウェブサイトのショップリストをご覧ください。

〈 PICK UP! 〉

GLOBAL WORK 初の グローバル旗艦店「GLOBAL WORK GINZA」オープン

GLOBAL WORK GINZA
住:東京都中央区銀座2-3-12
マロニエゲート銀座3 B1F・1F・2F
営:11:00〜21:00 tel:03-5579-9006

旗艦店「GLOBAL WORK GINZA」があるのは、訪日観光客が多く行き交う街・銀座。"Connect"をコンセプトに、"つながり"を大切にしているのが特徴です。フォトブース、カラー診断や骨格診断といったデジタルツール、銀座土産となるようなアイテムが並ぶコーナーなど、国内外のさまざまな人が、新たなショッピング体験ができる仕掛けの数々。さらには、ウィメンズ、メンズ、キッズのフルラインナップに加え、グローバルワークならではの"つながり"から生まれたアイテムも展開。これからの時代の新しい「コラボレーション」に出会えます。

「骨格&パーソナルカラー診断」が無料体験できる!

店内にデジタルツール「骨格&パーソナルカラー診断」が設置されています。「質問に答えていくだけでOKのパーソナル診断サイネージを設置。診断結果に基づいて自分にぴったりな商品をご提案します。リアルタイムの在庫がわかる検索機能もありますよ」(プレス 草野牧子さん)。お店にいながら、診断体験も楽しめるなんて、新鮮!

COLLAB

1.

脱力系イラストに癒やされる!

アーティストコラボレーション

GLOBAL WORK × SANDER STUDIO

グローバルワークが注目するイラストレーターとのコラボアイテム。『SANDER STUDIO』はイラストレーション、アニメーションを中心に国内外で幅広く活躍している日本のアーティストで、くすっと笑えるイラストがくせになるんです。すべて描き下ろしでさりげなく添えられた名言やことわざにもグッときて、これはもう、全種類欲しくなる! 大きめサイズを、男女でシェアしてもいいかも。

イラスト4種 5,490円/グローバルワーク(アダストリアカスタマーサービス)

COLLAB

2.

グローバルワークの担当者が惚れ込んだコーヒー店!

異業種コラボレーション

GLOBAL WORK × キエロコーヒー

東京・秋葉原のスペシャルティコーヒー専門店・キエロコーヒーとのコラボTシャツ。実はこのお店の味に感動したグローバルワークのスタッフの発案から生まれた、夢のコラボレーションなのです! ちなみに「KIELO」とは、フィンランド語で鈴蘭の意味。落ち着いた雰囲気のなかでこだわりのコーヒーが飲める北欧スタイルのお店で、ドリップコーヒーは浅煎りで苦みが少なく飲みやすいのが特徴なのだとか。北欧のおしゃれさを感じるシンプルなデザインは、長く愛用できそう。

イラスト4種 5,490円/グローバルワーク(アダストリアカスタマーサービス)

え? まさかの……服が買える自動販売機!

今の時代、洋服も自動販売機で買えるのねと、話題なのがこちら。オープン時はNew Vintageを体現するブランド『GOOD ROCK SPEED』のTシャツを展開。古着好きにおすすめ!

KAWAHARAZAKI'S POINT

「清洲橋」は中央区と江東区をつないでいて、橋を境に街のカラーがグッと変わるんです。東京の多様性を感じる橋

KAWAHARAZAKI'S POINT

風に吹かれる水面に映る桜。同じようで、同じ風景はふたつとない。そんな瞬間を撮影しました

KAWAHARAZAKI'S POINT

東京のとある喫茶店。談笑するサラリーマン、コーヒーをすするマダムに混じって、人気メニューのホットケーキを頬張る、至福の時間を写真にしました

トリプルコラボレーション

COLLAB

3. GLOBAL WORK × 写真家・川原崎 宣喜 × DEEPTOKYOmagazine

GLOBAL WORK GINZA 1Fの入口すぐには、外国人が行き交う銀座ならではの「ジャパンコンテンツ」コーナーが。ここでは世界に向けたコラボレーションが実施されています。オープニングでは店舗とクリエイターとメディアという、新しい形のトリプルコラボが展開。クリエイターはminaでも活躍中の写真家・川原崎宣喜さん。メディアは「日本のカルチャーを東京から発信する」をテーマにした訪日観光客向けの多言語メディア『DEEPTOKYOmagazine』。川原崎さんらしい温かみのある視点でとらえた日本の風景をアイテム化するだけでなく、銀座の名店を撮影した写真をポストカードやマップにしてディスプレイするなど、コーナー全体で日本の文化を体感できます。さらに、それをメディアを通じて世界に発信するという、まさにグローバルな実験的コラボなんです。

TOPICS 01

写真家の「風景写真」がプリントされたスーベニアシリーズ

「銀座店に訪れたさまざまな国の方に"日本"を持ち帰ってほしい」。そんなグローバルワークの思いにより誕生したスーベニアシリーズ。日常の"空気感"を温かく写し出す写真家・川原崎氏の写真を『DEEPTOKYOmagazine』が外国人目線でセレクトし、Tシャツ&トートバッグとして商品化しました。1枚1枚への写真家としての視点にも注目を!

→『ディープトウキョウ』のロゴは、あえてカタカナで、お土産感を出しています。Tシャツ 各3,990円、トートバッグ 各1,980円/グローバルワーク(アダストリアカスタマーサービス)

日本の風景写真×カタカナロゴは海外からのお客さまの目を引く

TOPICS 02

銀座の街ともコラボレーション。「GINZA MAP」で情報を発信!

銀座の街には、歴史と伝統のある名店がたくさんあります。それら店舗の協力のもと、GLOBAL WORKオリジナルの「GINZA MAP」を作成。裏面には川原崎氏が撮影した写真を掲載し、さらにそこから『DEEPTOKYOmagazine』の記事へリンクするという、ハイブリッドなコラボマップとなっています。

※ジャパンコンテンツコーナーにて配布中(なくなり次第終了)

TOPICS 03

海外からのお客様へのお土産として。トリプルコラボによるポストカード

川原崎氏撮影によるポストカードを設置。オムライス発祥『煉瓦亭』、あんぱんの『銀座木村家』、文豪に愛されたバー『銀座・ルパン』、民藝の『銀座たくみ』、パイプで有名な『銀座菊水』、お箸専門店『銀座夏野』、絶品しゃぶしゃぶの『ざくろ銀座店』といった銀座の名店の風景をプリント。世界に向けてのコラボ施策のひとつ。

※ジャパンコンテンツコーナーにて配布中(なくなり次第終了)

“What's DEEPTOKYO magazine?”

世界が注目する“日本の今”を発信!

DEEPTOKYOmagazineは、「世界が注目する日本のディープカルチャーをTOKYOから世界に!」をコンセプトに掲げる多言語メディア。オンライン(ウェブ、SNS)とオフライン(紙メディア)の2軸で、観光ガイドには載っていないマニアックな情報を発信しています。ファッション、アニメ、マンガといった、昭和レトロやジャパンメイドの名品まで、多種多様なジャンルを網羅。訪日観光客にはもちろん、日本のカルチャー好きにとってもためになるリアルな情報が満載。ぜひチェックを!

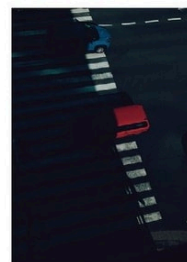
FOLLOW ME!

instagram
@deeptokyo magazine

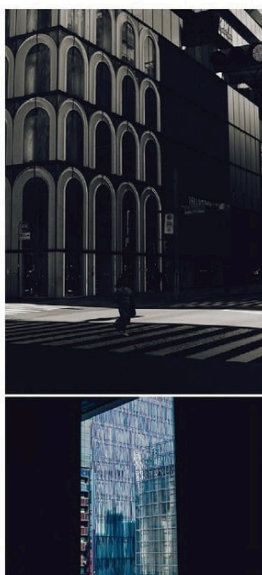
WEB
https://deeptokyo.jp

TOPICS 04

提灯、暖簾で日本文化を演出! お店自体がメディアとなるコラボ

棚の上には、暖簾と提灯をディスプレイ。日本のカルチャーをプリントしたアイテムとともに、「日本文化」への没入感を演出します。ここGLOBAL WORK GINZAの一角から、「日本のカルチャー」を世界に発信! コーナー自体が、メディア化した、新しい形のコラボです。

TOPICS 05

ここでしか見ることのできない銀座の街の風景写真を展示

銀座の街並みの写真を鑑賞することができる展示も。「“自分が初めて東京に来たなら”という目線で、銀座ならではの光を捉えた」(川原﨑氏)というアート性の高い写真は、GLOBAL WORK GINZA限定。アイテムコラボだけではない、実店舗でのアーティストコラボも銀座店のコンセプトであるConnectの体現です。

PROFILE

川原﨑 宣喜
KAWAHARAZAKI NOBUKI

東京都在住の写真家。関西学院大学を卒業後、スタジオ勤務やカメラマンアシスタントを経て2017年に独立し、雑誌や広告を中心に活躍。2025年に写真集「RIVERSAL LETTER」を発表。

THE MYAKU-MYAKU COLLAB STORY
世にも可愛い
ミャクミャクコラボ物語。
What's
ミャクミャク?
細胞と水がひとつになって生まれた不思議な生き物で、赤い部分が細胞、青い部分が清い水。いろんなかたちに姿を変えることができ、今の姿は人間をまねた姿。(公式HPより)
大阪・関西万博の
公式キャラクター・ミャクミャク。
その個性的なルックスは、
見れば見るほど愛着が湧くと、ファンが続出。
いまやグッズが街に溢れているけど、
万博開幕に合わせ、また可愛い
ミャクミャクコラボが生まれていた！
なかでも気になる3つの
ミャクミャクに迫ってみました。
Photo /Shida Yuya（P66, 68, 70）
Design / Uemura Miki
●商品の問い合わせ先はmina公式ウェブサイトのショップリストをご覧ください。
ミャクミャク張子 各6,600円／2025大阪・関西万博 会場内オフィシャルストア 西ゲート店 KINTETSUのみで販売（中川政七商店）
©Expo 2025
66

ミャクミャク01 コウゲイ

工芸品に変身したミャクミャクはまさにアート！

水にまつわる日本の工芸の超絶技巧が光るミャクミャク

1925年のパリ万博に手製の麻織物を出展した歴史がある中川政七商店。

「ちょうど100年後という節目の大阪・関西万博でも、日本の工芸の魅力を世界に届ける機会があればと思っていたところ近鉄百貨店さんに声をかけていただき、製作に至りました。ミャクミャクは細胞と水がひとつになった生物ということから、水にまつわる素材やデザイン、製作過程で水が欠かせない工芸品との組み合わせを企画しました」（羽田さん）

『超絶技巧シリーズ』は、ミャクミャクを日本の工芸で表現したオブジェ4種。

©Expo 2025

（左から）手漉き和紙のミャクミャク 77,000円（りくう）、鍋島焼のミャクミャク 550,000円（虎仙窯）、錫のミャクミャク 49,500円（能作）、硝子のミャクミャク 192,500円（菅原工芸硝子）／以上中川政七商店オンラインショップ、中川政七商店 近鉄あべのハルカス店、2025大阪・関西万博 会場内オフィシャルストア 西ゲート店KINTETSUにて販売（中川政七商店）

「佐賀県伊万里市発祥の鍋島焼は、『青海波』など水にまつわる文様がミャクミャクとつながると思いました。職人さんがひとりで一筆一筆描いた細かい絵付けが見どころですが、実はミャクミャクの形をつくるのも大変で。9つのパーツに分けて焼き上げ、それを組み立てているんです」（岩井さん）

「小さな目を、何度も何度もガラスを温め直してひとつひとつボディにつけるという、細かい表現が大変でした」（羽田さん）というのは、水のように透き通るガラスのミャクミャク。溶かしたガラスを伸ばして曲げて……と、フリーハンドで形づくっていったそう。

「つくったことがない形だったので、どれも製作は大変だったんですけど、つくり手さんたちから、技術の幅が広がったと言ってもらえたのが嬉しかったです」（羽田さん）

ミャクミャクというキャッチーな存在が、日本の工芸の凄さに改めて気づかせてくれます。

お話を伺ったのは…

中川政七商店　デザイナー

▶ 羽田えりなさん　▶ 岩井美奈さん

URAGAWA

ウラガワ

01_固まる前は柔らかい液体という点から企画された錫。「重さのある素材なので、しっかり立たせるための形づくりに苦労しました」（羽田さん）。 02_紙をすく工程で水が欠かせない伝統的な和紙と組み合わせたミャクミャクは、光をかざしたときの透け具合と温かみのある色合いがポイント。「3Dメッシュ状のミャクミャクに、ひとつずつ手で紙をすいて形づくりました」（羽田さん）。

アートピースのようなオブジェ以外に、身近な生活に馴染む工芸品に変身したミャクミャクもいます。中川政七商店と近鉄百貨店によるコラボアイテムです。

「ラインナップは、日本の工芸をはじめて知る人が手に取りやすいアイテムとのコラボを考えました。ミャクミャクのポップなデザインや色味が、工芸品にマッチするように工夫しました。ミャクミャクのデザインを一度手で描きおこすことでゆらぎを表現したり、赤と青の色味を少し渋めな方向にずらしてみたり」（羽田さん）

「手ぬぐいは、ミャクミャクを波文様に忍ばせるなど、とくに工芸的なデザインへの落とし込みにこだわりました。さりげなくミャクミャクが入り込んでいることで、手に取りやすくなる人が増えるかなと思っています」（岩井さん）

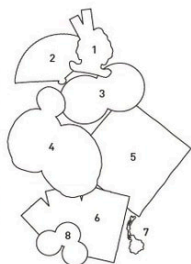
日本の工芸の温かさを感じる、生活に馴染むミャクミャク

「おみくじ入りの瀬戸焼の『おミャクじ』は、言葉先行でつくりたい！と製作し始めましたが（笑）、楽しいイベントを盛り上げるような内容のおみくじにしました」（羽田さん）

万博が終わったとしてもずっと使いたくなる、暮らしに馴染むミャクミャク。工芸品とミャクミャクのコラボは、手仕事ならではの温かみを感じるものでした。

01_鋳物のお守り鈴は、落ち着きのある風合いに仕上がった。 02_ミャクミャク豆皿は有田焼と美濃焼の2種類。手描きらしい、あえてのゆれのあるラインが馴染み、いい味わいになっている。 03_ミャクミャクだるまは「5種類あり、それぞれお腹に書いてある願いが違います。また、ミャクミャクの5つの目を自分で描き入れられるバージョンもあります」（羽田さん）

1_瀬戸焼のおミャクじ 1,650円（瀬戸陶芸社）、2_ミャクミャク扇子 5,500円（メルクロス）、3_ミャクミャク豆皿 有田 各2,750円（ヤマト陶磁器）、4_ミャクミャクだるま 各5,500円（三代目だるま屋ましも）、5_ミャクミャク風呂敷 4,510円（三陽商事）、6_注染こてぬぐい 各1,485円（注染工房）、7_小田原鋳物のミャクミャク鈴 3,630円（柏木美術鋳物研究所）、8_ミャクミャク豆皿 美濃 各2,750円／以上2025大阪・関西万博 会場内オフィシャルストア 西ゲート店KINTETSUのみで販売（中川政七商店）

ミャクミャクホテル 02

「変なホテル」コラボルームでミャクミャクと眠る

壁に、枕に、テーブルに……部屋中どこもかしこもミャクミャクだらけ！

ミャクミャクとのコラボルームを展開するのはHISホテルホールディングス。運営する『変なホテル』の関西圏6ホテルで宿泊プランが発売されています。

「2月から開始しましたが、家族連れなどに大変好評です。枕元にあるぬいぐるみに顔を入れて、SNSに載せるのが定番になっているようです」（増田さん）

ぬいぐるみのほか、ヘッドボードにはアクリルスタンドがズラッと並び、ベッドのフットスローにもミャクミャクがデザインされています。

「フットスローには寝ているミャクミャクをあしらいました。寝ている姿のグッズはけっこう珍しいんです。また壁の絵は、ホテルがある土地の観光地をデザインして、土地柄を表現することも意識しました。どのホテルも交通の便がいいので、観光の拠点としても使いやすいと思います」（増田さん）

宿泊者には特別なグッズのプレゼントもあるとか。ミャクミャクに囲まれるレア体験をしてみたいなら急いで！

©Expo 2025

ヘッドボードに並ぶアクリルスタンドは、ほぼ全ポーズのミャクミャクが見られる。アメニティのマグカップのほか、トランプ、けん玉、書籍など、宿泊中に遊ぶことができるアイテムも。けん玉は外国人観光客にも好評とか。

お話を伺ったのは…

HISホテルホールディングス
宿泊事業部部長
▶ 増田誠輝さん

Information

1室1泊 朝食付き22,500円〜、素泊まり21,000円〜　変なホテル大阪 なんば、変なホテル大阪 心斎橋、変なホテル奈良、変なホテル京都 八条口駅前、変なホテルプレミア京都 五条烏丸、変なリゾート&スパ　関西空港にて展開

ミャクミャクブング 03

使えるステーショナリーなら間違いない！

1_ジェットストリーム 0.7mmボール 550円、2_ジェットストリーム 4&1 0.7mmボール&0.5mmシャープ 2,530円、3_クーピーペンシル 12 1,760円、4_ツバメノート 550円、5_アラビックヤマトのりミニ 550円、6・7・8_クルトガアドバンス 0.5mmシャープ 各1,650円／以上ヘソプロダクション

可愛いだけじゃなく、日本ならではの機能も兼ね備えたミャクミャク

可愛くて、使える！　そんなコラボアイテムはファンじゃなくても欲しくなる。それを制作したのは、たくさんのミャクミャク公式ライセンス商品を企画・制作・販売しており、万博会場でも公式グッズを扱うヘソプロダクション。

「ミャクミャク商品で日本のいいものづくりを世界に発信できたらと思い、世界から見て高品質で魅力的なアイテムとは？　というところからステーショナリーに行き着きました。ただ、ステーショナリーって表現のスペースが限られることが多いんです。そこにミャクミャクや万博感をうまく表現することにこだわりました」（稲本さん）

さらに今回紹介しているアイテム以外にも、万博会場ではレアなアイテムが並ぶのだとか。

「記念となるイベントですし、付加価値をつけるのは大事かなと思いました」（稲本さん）

会場でしか出会えないミャクミャク、気になります。

お話を伺ったのは…　ヘソプロダクション　代表取締役
▶ 稲本 実さん

CHECK チェック

万博会場ではミャクミャクカラーが登場!?

ミャクミャクアメと名前を変えたお馴染みのパインアメ。オンラインショップでは黄色1色ですが、万博会場では別のカラーバージョンが！　ミャクミャクアメ缶 1,296円／ヘソプロダクション

別注カラーや特製フレームで、ちょっぴり個性を！

SPECIAL ORDER & ORIGINAL GLASSES

Photo / Furukawa Yoshitaka(ica/model), Shida Yuya(goods)
Styling / Murata Aimi
Hair & Make-up / Kato Megumi
Model / Matsuki Ikumi, Kawahara Yuki
Design / Kurihara Azusa

Zoff × UNITED ARROWS
GLOBE SPECS × Scye
ayame × Continuer
Araoka Optical × Mizushima Optical
Atelier Macri × .Oddity

細かく繊細なパーツで構成されるアイウェア。
その小さなアイテムを
さらに美しく特別なものにするのは
ふたつの想い。
トレンドを押さえたアパレルブランドとのコラボに、
こだわりが詰めこまれたメガネ店同士のコラボ、
はたまた香りとの異業種コラボまで。
メガネフリークはもちろん
はじめの1本にあえて特別なコレクションを
選んでみるのも粋かもしれない。

●商品の問い合わせ先はmina公式ウェブサイトのショップリストをご覧ください。

<YUKI>サングラス 15,500円／UNITED ARROWS×Zoff（ゾフ カスタマーサポート） カーディガン 72,600円／ HERILL（にしのや） Tシャツ 16,500円／ n.VB（アテンション・ジャパン・プロダクツ） <IKUMI>サングラス 13,300円／ UNITED ARROWS×Zoff（ゾフ カスタマーサポート） プルオーバー 30,800円／ SCYE BASICS（マスターピースショールーム） 中に着たTシャツ（2P）3,520円／Hanes（ヘインズブランズ ジャパン カスタマーセンター）

実は、アパレルブランドからキャラクターまで多種多様なコラボを展開している、超メジャーメガネブランド、ゾフ。今回が3度目となるユナイテッド アローズとのコラボでは、夏を待たずとも日常使いできる、肌馴染みのいいサングラスが勢揃い。ゾフならではの圧倒的なコストパフォーマンスと豊富なラインナップだから、自分のスタイルに合う1本がきっと見つかるはず！　シンプルで品のあるコラボサングラスとともに夏の準備を始めよう。

5月23日発売の新作は全部で4種！

wear it !

MODEL : ZO253G03
COLOR :
PRICE : ¥15,500

チタン製ハーフリムは、クラシカルだけど新しい！

似合う人を選びそうなハーフリムですが、メタル素材を使用することで、悪目立ちせず使いやすい1本に。おすすめのブラウンフレームは目元を優しげに演出します。／UNITED ARROWS×Zoff（ゾフ カスタマーサポート）

wear it !

MODEL : ZA251G14
COLOR :
PRICE : ¥13,300

誰がかけても似合う、絶妙なリムの太さを追求

やや太めに縁取られたクラウンパウント型は、カジュアルコーデの引き締め役にちょうどいい。黒縁のほか、透け感のある涼しげなフレームカラーがラインナップ。／UNITED ARROWS×Zoff（ゾフ カスタマーサポート）

MODEL : ZO251G01
COLOR :
PRICE : ¥13,300

玄人好みの古き良き笹柄が上品

ボストン型に、華奢なアセテートフレームを合わせたモダンな1本。ブラウンのフレームには筋が入ったような笹柄を採用し、ハンサムなムードに仕上がっています。／UNITED ARROWS×Zoff（ゾフ カスタマーサポート）

MODEL : ZA251G01
COLOR :
PRICE : ¥13,300

スタイルの幅が広がるワントーンの万能サングラス

プラスチックとメタルのコンビネーションは、幅広いスタイルにマッチします。フレームとレンズが同系色で使いやすく、サングラス初心者にもおすすめ。／UNITED ARROWS×Zoff（ゾフ カスタマーサポート）

コラボ担当者が解説！

INTERVIEW

Zoff
商品企画担当
伊東晃拓さん

メンズラインを中心に数多くのコラボレーションシリーズを担当。今回のコレクションでは、ラフなコーデもクールになるハーフリムがお気に入り。

キーワードは「高級感」と「快適なかけ心地」です

「常にトレンドを生み出しているユナイテッド アローズさんとのコラボでは、20〜30代に人気の形、仕様、カラーを細かく分析し開発しています。今回は、どんなスタイリングにもハマるように装飾は控えめに、暑い夏でも楽しくなるようなカラーサングラスを豊富にリリースしました。また、はじめてハーフリムタイプにも挑戦。高級感を損なわずに快適なかけ心地にするため、軽量なチタンを採用しています。2ブランドの強みを活かして、ファッション性は損なわずに、どなたがかけてもしっくりくる多様性に富んだアイテムを目指し、毎回試行錯誤しながら制作しています」

BRAND DATA

ゾフ
Zoff

since 2001　zoff_eyewear

メガネ業界ではじめて1本5,000円〜というロープライスに挑戦。企画、生産、販売をすべて自社でおこなうことで低価格で高品質なメガネを提供し続けている。

ユナイテッド アローズ
UNITED ARROWS

since 1990　unitedarrows_official

「豊かさ・上質感」をキーワードに、大人に向けたドレス軸のライフスタイルを提案するセレクトショップ。世界中から選び抜いたアイテムとオリジナル商品を販売。

・OTHER SERIES・

メガネとゴルフシリーズも販売中！

MODEL : ZO242004
PRICE : ¥19,900

MODEL : ZA241G44
PRICE : ¥15,500

サングラスに加え、メガネとゴルフ用サングラスのコラボ商品をオンライン発売中。（右）<ユナイテッド アローズ ゴルフ>とコラボしたスポーツ用アイウェア。／ UNITED ARROWS GOLF×Zoff（ゾフ カスタマーサポート）（左）「メガネのある上質なファッションスタイル」をテーマにした高級感のあるメガネシリーズ。／UNITED ARROWS×Zoff（ゾフ カスタマーサポート）

GLOBE SPECS（グローブスペックス）× Scye（サイ）

ドイツヴィンテージの剛健さと 快適な着け心地を両立

サングラス 55,000円／Scye×GLOBE SPECS（GLOBE SPECS） シャツ 28,600円／KICS DOCUMENT.（HEMT PR） Tシャツ 4,180円／Robert P.Miller（GSI ABROS）

老舗メガネセレクトショップ、グローブスペックスと英国式のテーラリングを基盤としたアパレルブランドのサイがコラボして2019年に立ち上げたアイウェアブランド、サイ スペックス。70年代のドイツ製ヴィンテージメガネから着想を得たというサングラスは、まさに主役級の存在感を放つ。ファッションとアイウェアを知り尽くした、両ブランドのこだわりが詰まった1本があれば、無難にまとまりがちな夏のスタイリングに個性が加わる。

(A)

MODEL : RAINER SUN
COLOR : ●●●●
PRICE : ¥55,000

レトロなスクエア型と絶妙な色合わせが秀逸

薄いパープルのレンズに、クリアなグレーのフレームが個性的でありながら、爽やかな1本。性別問わず使いやすいスクエアレンズは、男女でのシェア使いにも最適です。／ Scye×GLOBE SPECS (GLOBE SPECS)

(B)

MODEL : VERONIKA SUN
COLOR : ●●●●
PRICE : ¥55,000

マイルドなキャットアイで個性をプラス

目尻側が吊り上がったキャットアイと、逆三角形のボストンの間をとったような玉型が柔らかな印象を与えます。クラシックなべっ甲にグラデーションのレンズがアクセントに。／ Scye×GLOBE SPECS (GLOBE SPECS)

コラボ担当者が解説！

INTERVIEW ファッションとアイウェアの世界が共存するサイ スペックスとは？

グローブスペックス代表
岡田哲哉さん

都銀を退職後、大手のメガネ販売会社での経験を経て、同店を設立。その審美眼で世界中のオリジナリティ溢れるアイウェアをセレクトしている。

Q サイ スペックスをスタートしたきっかけは？

A 服が好きな私はサイを、アイウェアが好きなサイのメンバーは当店を愛用していたという相思相愛な関係から、このプロジェクトがスタートしました。サイのみなさんは、服だけでなくアイウェアに関しての造詣も深く、打ち合わせはいつもワクワクします。クラシックでありながら、時代の空気感を織り交ぜた唯一無二のブランドをともに目指しています。

Q 今回のコレクションの特徴は？

A ドイツのブランド〈マールヴィッツ〉を彷彿とさせる上部のメタルバーに、アセテートのフレームを重ねたセルリウムコンビネーションが最大の特徴ですね。ツーブリッジにすることで、よりレトロな存在感を放つように仕上げました。どちらもメガネの世界で功績のあるドイツ人の名前をモデル名にしています。

Q 今回のコラボで最もこだわった部分は？

A 70年代のドイツ製メガネの魅力といえば、クラシックなリムのデザインと、重厚感のある見た目。質実剛健なディテールはそのままに、現代の人が着けても快適な軽さを両立するのが難しかったですね。チタン材の厚さと軽さを何度も何度も調整し、納得のいく仕上がりになりました。

・PAST MODEL・

MODEL : Stanley
PRICE : ¥31,900

目をひくブロウバーがアクセントに

ブランドを立ち上げた2019年のモデル。メタル製のブロウバーは、英国歌手ポール・ウェラーをイメージしたもの。／ Scye×GLOBE SPECS (GLOBE SPECS)

MODEL : Hardin
PRICE : ¥31,900

男性こそ似合うフォックススタイル

同じくブランド第一弾モデル。米国歌手バディ・ホリーがかつて愛用していたフォックススタイルを採用しています。／ Scye×GLOBE SPECS (GLOBE SPECS)

BRAND DATA

グローブスペックス
GLOBE SPECS

since 1998 globespecs_1998

ヴィンテージ家具を使った店内に、世界のアイウェアが並ぶ。世界最大規模の展示会MIDO展で過去に二度、世界一のメガネ店として表彰。

(住) 渋谷区神南1-7-5 1・3F
(営) 12:00〜19:00
(休) 木曜

サイ
Scye

since 2000 scye_official

ブランド名はテーラー用語で、袖ぐりや鎌を意味する言葉。独自のパターンとオリジナル素材が生み出す上質な日常着は、業界のファンも多い。

ayame × Continuer

（アヤメ × コンティニュエ）

名品マンレイをモダンなマットグレーにアップデート

メガネ 49,500円／ayame for Continuer（Continuer）ニットベスト 26,400円／フィルメランジェ　バンドカラーシャツ 41,800円／Scye（マスタービースショールーム）

恵比寿に本店を構えるアイウェアのセレクトショップ、コンティニュエが注目するのはメタルフレームの新しい流行の兆し。彼らが表現するシックで大人なメタルフレームとコラボするのは、ドメスティックブランド、アヤメの代表作マンレイだ。カラーリング以外、特別なモデルチェンジがあるわけではないのに、いつもよりどこか落ち着きがあり美しい。同時にリリースされる、顔馴染みのよいサングラスとともに自分のスタイルに合わせて吟味したい。

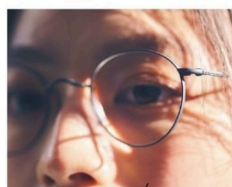
MODEL : MANRAY
PRICE : ¥49,500

今やアヤメの顔と言っても過言ではない人気モデル。通称マンレイ山と呼ばれる、ノーズパッドとブリッジが一体化したオリジナルパーツが特徴です。シャープなフレームに丸みを帯びたボストン型の組み合わせは、着ける人を選びません。／ayame for Continuer (Continuer)

淡いグラデーションサングラスが同時発売！

MODEL : MANRAY SUN
PRICE : ¥57,200

こだわりのフレームはそのままにサングラスを同時発売。程よく透けたパープルのグラデーションレンズが、表情を華やかに彩ります。マットなグレーと淡いグラデーションは、シンプルな夏のTシャツスタイルを品よく格上げしてくれます。／ayame for Continuer (Continuer)

マットグレーのメタルフレームにこだわりあり

Point !

名作マンレイの異なる表情を生み出すべく採用したのがマットな質感のメタルカラー。重たい印象のグレーではなく、程よく抜け感のある独特なカラーリングを目指したそう。シックな見た目にコンティニュエらしさが表れます。

コラボ担当者が解説！
INTERVIEW

コンティニュエ
店長
志岐俊典さん

50本ものメガネを所持。アヤメのなかでは、スパイクを愛用している。リラックスしたいときに使うそう。

コンティニュエらしいNEW METALカラーを実現しました

「昨年より、私たちが注目しているのがNEW METALというカテゴリ。NEW METALという名前はコンティニュエがつけた造語なのですが、その名の通り新しいメタルフレームのことです。例えば、デザイン史に残る型をベースにしつつも、素材の使い方や玉型は現代的に大胆にアレンジしたものなど、段々とその流行の兆しを感じています。今回は洗練されたシンプルさが魅力の定番アンレイを、新たな形で表現できたらと思いセレクトしました。提案したいNEW METALを試行錯誤しながら調整を重ね、このマットな質感に辿り着きました。はじめてアヤメを手に取る方はもちろん、愛用者にもこの違いを体感してもらいたいですね」

BRAND DATA

アヤメ
ayame
since 2010　ayame_id
温故知新をコンセプトに、日本人の顔に合うメガネを追求し続ける。モダンなデザインと、こだわり抜いた精巧なつくりが支持されている。

コンティニュエ
Continuer
since 2002　continuer.official

サロンをコンセプトにしたセレクトショップ。落ち着いた雰囲気の店内で、名ブランドのメガネとスタッフさんとの対話を楽しんで。
(住) 渋谷区恵比寿南2-9-2 (ヤルム恵比寿) 1F　(営) 12:00〜20:00　(休) 水曜

・PAST MODEL・
過去には開店20周年記念モデルも

これまで数多くの別注アイテムをリリース。(上) マンレイの型を0.5ミリ単位で調整し、顔馴染みのよいラウンド型にアップデート。コンティニュエのシグネチャーカラーであるブロンズカラーに染め上げました。(下) 本店の開業20周年を記念してつくられた特別モデル。定番コンビネーションフレームをややシャープな印象に。

荒岡眼鏡と水島眼鏡の老舗メガネ店がタッグを組んだコラボブランド、ミズ ダイアログが目指すのは、経年進化が楽しめる革新的なメガネ。ユーザーとの会話から生まれた今回のコレクションには、ひとつを永く大切にしたいというメガネへの愛が溢れている。そして、品のある美しいメッキカラーには知られざる製作秘話が隠されていた。

Araoka Optical × Mizushima Optical

荒岡眼鏡 / 水島眼鏡

経年進化を感じる質感違いのメッキカラー

(A)
MODEL : Ludwig
PRICE : ¥66,000

柔和な印象のスクエア型が新鮮！
丸みを帯びたスクエア型で、スマートさのなかに柔らかな雰囲気を取り込んでいます。大きめの玉型でトレンド感のある1本。／ブリンク ベース

(B)
MODEL : Quintus
PRICE : ¥66,000

迷ったらこれ！　定番のボストン型
ブランドで最もポピュラーなモデル。丸みの強いボストン型は、どんな人にも馴染む型のひとつです。／ブリンク ベース

(C)
MODEL : Jean
PRICE : ¥66,000

古典的な丸型をメタル使いでクールに
メガネの原型とも言われるクラシックなラウンドシェイプ。細身のメタルフレームがシャープな表情に仕上げてくれます。／ブリンク ベース

COLOR VARIATIONS
最新コレクションには4色のフレームが登場

ルテニウム

耐熱性に優れたルテニウムの銀白色を生かしたカラーリング。渋さのある佇まいを演出する。

ホワイトゴールド

24金とパラジウムの合金メッキを使用し、白味の強い黄金色に。シンプルでモダンな雰囲気。

ルナゴールド

くすんだ金色で落ち着いた印象。通常の銅メッキに比べ黒ずみにくい銅を使用している。

イエローゴールド

つやが特徴の黄金色。黄味が強く、温かみが感じられる。本コレクションの起点となった色。

BRAND DATA

荒岡眼鏡（あらおかがんきょう）
since 1940　blincvase
青山のセレクトショップ、ブリンクベースとブリンク外苑前を運営するメガネ店。老舗ならではの審美眼で、インポートを中心にセレクトする。

水島眼鏡（みずしまがんきょう）
since 1941　miz_japan
鯖江市の老舗メガネメーカー。国内外のさまざまなブランドの貴金属製フレームを手掛ける。自社ブランドのミズジャパンも展開している。

MIZ DIALOGUE（ミズ ダイアログ）
since 2022　miz_dialogue
経年進化をコンセプトに永く愛用できるメガネを提案している。購入後は、いつでもフレームのカスタマイズができる。

コラボ担当者が解説！
INTERVIEW

ミズ ダイアログ ディレクター
田代純一さん
南青山のセレクトショップ、ブリンクベースのマネージャーも兼任。ミズダイアログの商品の中ではLudwingを好んでかけることが多い。

思い出の品から着想を得たカラー

「イエローゴールドは『祖母の形見の純金製リングと同じ色と質感のメガネをつくってほしい』というお客様からのご要望がきっかけでつくった色なんです。その1色を起点に、メッキカラーにこだわった4色をリリース。ストーリーを知った上でぜひ手に取って欲しいです」

目に見えない香りをものに落とし込む、そんな特別なコラボが海を超えて実現。香港のブランド、オディティの香水を、セレクトショップのアトリエ マクリがオリジナルプロダクトのリムレスを通してサングラスに再解釈。キーワードやパッケージにインスパイアされた3つのサングラスは、香水とともに手に入れておきたいところ。

Atelire Macri × .Oddity

アトリエ マクリ × オディティ

香水にインスパイアされた
個性的なレンズシェイプやカラー

MODEL : Naked Dance

EYEWEAR : ¥49,500
FRAGRANCE : ¥39,930

マイルドなベージュレンズで優しげな雰囲気を醸し出す

ライスのパウダリーで優しいトップノートと、ジャスミンとターキッシュローズの華やかなフローラルのミドルノートを淡いベージュのレンズで表現。男女問わずかけやすいオーバル型は、ユニセックスな香りを彷彿とさせます。／Atelier Macri

MODEL : Resonant

EYEWEAR : ¥49,500
FRAGRANCE : ¥39,930

爽やかさとクールさが調和するブルーのスクエアレンズ

ユズとグリーン系の絶妙なブレンドにシャープなメタリックノートを感じる香りに合わせ、クールなスクエアシェイプにブルーのカラーレンズを採用。廃材を使用した香水瓶の蓋と同じシルバーのパーツを使っているのも特徴です。／Atelier Macri

MODEL : Dead Air

EYEWEAR : ¥49,500
FRAGRANCE : ¥39,930

パフュームの見た目そのまま大人で妖艶なビジュアルに

香水のカラーを反映したイエローレンズと、蓋と同じ光沢のある黒色のテンプルが特徴。細めに型取られたオーバル型は、デーツ、オークウッド、ベチバーが複雑に絡み合ったミステリアスな香りを表現しています。／Atelier Macri

INFORMATION

ローンチ時に大阪の香水イベントにも出展！

FRAGRANCE FESTIVAL 2025

発売日から始まるのは香水を五感で楽しむ新感覚の香りの祭典。アトリエマクリまで足を運ぶのが難しいという関西の方は要チェック！

DATE：5月7日(水)～12日(月)
PLACE：
大阪府大阪市北区角田町 8-7
阪急梅田本店 9階祝祭広場

BRAND DATA

アトリエ マクリ
Atelier Macri

since 2022 atelier_macri

清澄白河に店を構えるメガネと香水のセレクトショップ。自社ブランドのリムレスはどんな人にも似合う縁無しメガネを追求している。

(住) 江東区森下4-19-12 (営) 12:00～20:00 (休) 不定休

オディティ
.Odditiy

since 2022 odditiyfragrance

香港のデザインスタジオが率いるフレグランスブランド。見た目も洗練されたコンテンポラリーなプロダクトを、少量生産でつくっている。

コラボ担当者が解説！
INTERVIEW

アトリエマクリ
清水陽斗さん

メガネは50本、香水は20個所持するほどのメガネ、香水フリーク。オディティではResonantを普段から使う。

目に見えないものだからこそじっくり向き合いました

オディティの国内代理店を務めていることがきっかけとなり、オリジナルプロダクト、リムレスとのコラボが実現。繊細な香りを表現するため、鯖江市まで伺い、多くのパーツを実際に見て精査し、職人さんとディテールについて細かく打ち合わせをおこないました。同じくオディティから新発売するDeluluという香りも5月7日にコラボサングラスを発売予定です。

心もお腹も満たす再発見の旅

台北・台南

TAIPEI
TAINAN

東京から約4時間、グルメや文化が
訪れる人を魅了する国「台湾」。
王道の観光地「台北」だけでなく、
少し足を伸ばして
古都「台南」にも行ってみたら、
新たな発見があるかも！

Photo / **Sampei Yasutomo** Styling / **Nakada Chisaki**
Hair & Make-up / **Kato Megumi** Model / **Takayanagi Akane**
Text / **Kobashi Ikeko** Design / **Uemura Miki**

●商品の問い合わせ先はmina公式ウェブサイトのショップリストをご覧ください。

TAIPEI

台湾の首都、台北。早朝から深夜まで活気に満ちていて、公共交通機関が発達しており、主要観光スポットへのアクセスが簡単で旅がしやすい。古き良き文化と現代が交差するモダンな街並みが見どころで、何度も訪れたくなる！

シャツジャケット 21,450円、テーパードパンツ 17,600円／ともにD.M.G(Domingo)

境内で味わう青空屋台グルメ

大稻埕慈聖宮

ダーダオチェンツーシェンゴン

台湾各地に点在する廟(びょう)やお寺の周辺には、美味しい屋台が集まる。大稲埕(ダーダオチェン)は、人気観光地、迪化街(ディーホアジェ)を中心に広がるエリアで、かつて貿易で栄えた歴史ある街。慈聖宮(シェンゴン)の境内には立派なガジュマルの木があり、その下で参道沿いに並ぶ屋台グルメを楽しめる。シラスたっぷりの炒飯や、豚スペアリブと大根のスープなどが人気。

プリプリの海老

SHOP DATA

住 台北市大同區保安街49巷17號
営 7:00〜18:00（屋台の営業時間は店による）
休 無休

おしゃれなリノベブックカフェ

春秋書店

チュンチィウシュディエン

個性的な書籍のラインナップが楽しい独立系書店。赤峰街(チーフォンジェ)にある4階建ての古い建物を活かした店内には、アート、文学、人文社会学など多彩なジャンルの本が並ぶ。モダンな空間にはカフェも併設され、ラテやハンドドリップコーヒーを飲みながら読書ができる。

SHOP DATA

住 台北市大同區赤峰街41巷7號
営 12:00〜22:00
休 無休

新旧が交差する個性派ストリート

赤峰街

チーフォンジェ

商業施設が立ち並ぶ賑やかなMRT中山駅から、活気ある雙連朝市(シュアンリェンザオスー)が連日開催しているMRT雙連駅まで続く500mほどの路地。メインストリートから少し外れた静かな通りで、最近は若手クリエイターが手掛けるショップやおしゃれで個性的なリノベカフェが増加中。

ワンピース 53,900円／INDIVIDUALIZED SHIRTS（メイデン・カンパニー） メガネ 19,800円／THE BEDFORD HOTEL（KING STAR）

活気ある市場で地元文化を体感

水仙宮市場

シュイシェンゴンシーチャン

朝早くからエネルギッシュな活気に満ちる水仙宮市場は、グルメな台南人の食を支える、昔ながらの伝統市場。市場内には水の神様「水仙尊王」を祀る水仙宮がある。新鮮な野菜や色とりどりの果物、魚、精肉店が並び、そのほかにもお惣菜やお菓子、行列のできる食堂も。雑然とした雰囲気に好奇心を掻き立てられる、ローカル感溢れるスポットだ。

SHOP DATA

住 台南市中西區海安路二段230號
営 6:00〜12:00
休 毎月第4月曜日

SHOP DATA

住 台南市中西區
開山路35巷39弄32號
営 月〜金12:00〜18:00、
土日10:30〜18:00
休 不定休（インスタで告知）

レトロ可愛い古民家カフェ

順風號

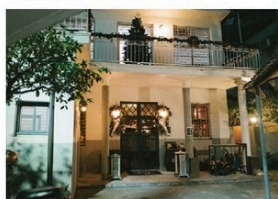
シュンフォンハオ

60年代、台湾の扇風機メーカー「順風牌（シュンフォンパイ）」の創業者が暮らしていた邸宅を改装した古民家カフェ。店名もそこから名づけられた。ドリンクとスイーツの中でも、特に日本のパティシエが監修したサクサクのミルフィーユが人気。台湾産のお茶が豊富にあるのも嬉しい。

クラシックな隠れ家バー

BAR HOME

バーホーム

訪れる人を魅了する隠れ家バー。「アジアのベストバー50」にもランクインし、台南で訪れるべきバーとして有名な「TCRC」の姉妹店。実力派バーテンダーのカクテルが楽しめる。日本統治時代に耳鼻咽喉科だった古民家をリノベーションした店内は、どこかほっとする空間。

SHOP DATA

住 台南市中西區中山路23巷1號
営 日〜金19:00〜1:00、土18:00〜1:00
休 インスタで告知

TAINAN

台北から高速鉄道で約1時間半、日帰りが可能な台南。最近は若い世代が台南の魅力を再発見し、個性的なショップや飲食店、リノベスポットが次々と誕生。グルメも多く、牛肉湯や担仔麺など台南ならではの味覚も楽しめる！

【 撮影協力 】
TAIWAN WAVES OF WONDER
台湾観光庁
HIS

Chill Out @THE DOG DEPT GARDEN RESORT

自然の中で愛犬と過ごす週末。

Photo / **wacci**
Hair & Make-up / **Suganaga Fumi**
Model / **Kojima Ayane, Miura Kyoka**
Design / **verno**

●衣装はすべて本人私物です。

都会の喧騒から離れ、愛犬とともに行きたい小旅行。
でも、わんちゃんにはできるだけ負担をかけたくないし、
可能なら荷物も減らしたい……。
アメリカンカジュアルウェアブランドDOG DEPTが提案するのは、
そんな愛犬家のためを思ってつくられた、わんちゃんにこそ優しい宿泊施設。
全国に5箇所あるなかから、自然に囲まれた千葉のふたつの施設へ。

海のすぐそばで本格キャンプとトレーラーハウスを楽しめる

SPOT：01

THE DOG DEPT GARDEN RESORT AWA SHIRAHAMA

ザ ドッグ デプト ガーデンリゾート 安房白浜

目の前にプライベートビーチが広がる安房白浜の施設では、キャンプとトレーラーハウスから宿泊タイプが選べます。どちらも広々とした柵つきのサイトで、わんちゃんにとっても快適な空間。潮風と波音に癒やされながら、ゆったりとした時間を楽しんで。

DATA

全サイト柵つき　洗い場あり　シャワールーム　BBQ可　グッズレンタル

㊟ 千葉県南房総市白浜町根本1456-11
㊖ チェックイン 12:00、チェックアウト 11:00
¥ キャンプ（2名・1頭）7,700円〜、トレーラー（2名・1頭）18,700円〜
dogdept_shirahama

選べる宿泊タイプ

INSIDE

トレーラーに合わせたカラーリングの内装が特徴。ケージが備わっているため、就寝時も安心。

アメニティも充実！

オリジナルパッケージの飲料水、お茶各種に加え、吸水性の高いハンドタオルのアメニティが。もちろん持ち帰り可能なので、思い出としてとっておくのもあり。

手ぶらで気軽に楽しむなら

②トレーラータイプ

ベッドにキッチン、冷暖房までもが完備されていてアウトドア初心者におすすめ。全サイト、デッキつきで、BBQやハンモックが楽しめる。トレーラーはオーナーのこだわりのアメリカ製。

テントやタープはレンタル可能

①キャンプタイプ

柵で囲まれたサイトは車で乗り入れができる。道具はお気に入りを持参するもよし、手ぶらで行ってレンタルするもよし。海が一望できるデッキつきサイトが空いていたら狙い目！

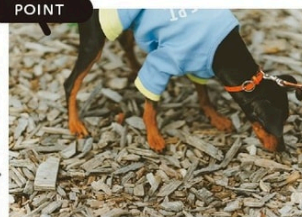
潮風が気持ちいい！

静かなプライベートビーチに撮影スポットも

目の前の浜辺は愛犬とのお散歩におすすめ。近くには可愛らしいフォトスポットもあるので、旅の記念にぜひ撮影を。

POINT

わんちゃんに優しいウッドチップを採用

クッション性の高いウッドチップを敷き詰めることで、わんちゃんの足の負担を軽減。汚れもつきにくく、遊んだ後も洗わずそのままでOK。
ドッグウェア 6,380円〜／DOG DEPT

POINT

ウンチ用ダストボックスも！

各サイトに足洗い場を完備

すべてのサイトにわんちゃんの足洗い場があるので、海辺で遊んで汚れても、すぐに洗える。サイト内には、ウンチ用のダストボックスもあり、衛生面も抜かりなし。

豊かな森林に囲まれたログハウスでのんびりと

SPOT : 02

THE DOG DEPT GARDEN RESORT TATEYAMA INUISHI

ザ ドッグ デプト ガーデンリゾート 館山犬石

安房白浜の施設から車で8分ほど。館山犬石は木々に囲まれるようにログハウスが立ち並びます。ツインベッドにキッチンが備わった広々とした空間なので、お部屋でくつろぎながら自然を感じたいという人にぴったり。

DATA

全サイト柵つき / 洗い場あり / BBQ可 / グッズレンタル

住 千葉県館山市犬石1417-11
営 チェックイン 15:00、チェックアウト 11:00
¥ （2名・1頭）11,550円〜
dogdept_forest39

選べる宿泊タイプ

2種類から選べる快適なログハウス

わんちゃんが走りまわれるドッグランつきのガーデンタイプと、海が見えるデッキがついたオーシャンタイプの2種類。どちらも設備は変わらないので、気分とわんちゃんの性格に合わせて選んで。

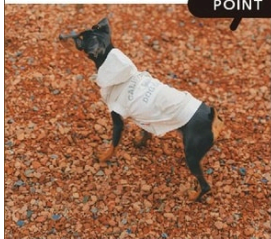
街並みを一望！

② OCEANタイプ

街並みとその先の海が見渡せる開放的なデッキ。柵はもちろん、リードを繋ぐ場所もあるので安心。

① GARDENタイプ

ハウス横が広々としたドッグラン仕様に。お部屋の中からでも、わんちゃんが遊んでいる様子を眺められる。

POINT

夏場でも快適な瓦チップを使用

ハウス周りとドッグランには、足が汚れにくい瓦チップを採用。熱を吸収し、表面温度を低くする作用があるので、夏場でも快適。ドッグウェア 7,480円〜／DOG DEPT

POINT

わんちゃん用の洗い場は館山犬石の施設にも！

1棟につき、ひとつ水洗い場が設置されており、散歩した後でもすぐに洗って、ハウスに入れる。

のんびり自然の中をお散歩

食材以外の準備は不要！プライベートBBQが楽しめる

カトラリーや調理器具、BBQコンロが備えつけられているので、食材を買ってくればデッキでBBQができるのが最大のポイント！ 日が暮れてきたら、煙が発生しにくいことで有名な<ソロストーブ>を借りて焚き火をすることも。

INFORMATION
DOG DEPT
03-5828-3911
www.dogdept.com/
インスタグラムでは最新情報を発信中！
公式
安房白浜
館山犬石

CHARACTER × COSME

この夏の美容は、推しキャラとともに。

あのお馴染みの実力派コスメが、大人気キャラクターの限定パッケージで登場。可愛いからってゲットしたら、いつも持ち歩きたくなるし、忘れずに使いたくなるし、気づけばいいことづくめ!? キャラの魅力おそるべし、なんです。

Photo / **Okazaki Kaho (P93, 97)**
Design / **Otsubo Mei**

● 商品の問い合わせ先はmina公式ウェブサイトのショップリストをご覧ください。

(右上から時計回りに)エトヴォス＜JOE COOL＞ミネラルUVパウダーx ピンクベージュ SPF50･PA++++ 3,630円／コスメキッチン ※数量限定発売　グリーンフィンガーマイルドトーンアップ UV クリーム SPF50+･PA++++ 50mL 1,390円、グリーンフィンガーマルチディフェンス UV スティック SPF50+･PA++++ 1,980円／ともに韓国高麗人参社 ※数量限定発売　アネッサ パーフェクトUV スキンケアミルク NA SPF50+･PA++++ UV耐水性★★ ポッチャマ、ピカチュウ 各60mL 3,058円(編集部調べ)／資生堂 ※数量限定発売　チャントアチャーム＜JOE COOL＞UVミルク 100mL 3,410円／コスメキッチン ※数量限定発売
グリーンフィンガーフォレストマルチディフェンス UV クッション SPF50+･PA++++ 2,980円／韓国高麗人参社 ※数量限定発売　ママ＆キッズ サンスクリーンミルク(おさるのジョージ) SPF33･PA+++ UV耐水性★★ 80g 2,695円／ナチュラルサイエンス

夏の必需品・UVアイテムは連れて歩きたくなるキャラで！

ポケモンの最強UVを相棒にすれば、どんな冒険にも出かけられる！

ポケモン × 資生堂アネッサ

コラボ担当者さんに質問
資生堂 PR
小沼知世さん

Q コラボのきっかけは？

A 「太陽のもと、人も地球も輝き続ける世界」の実現を目指すアネッサは、未来へとつづく冒険の相棒＝ポケモンとコラボレーションしました。2021年以来、4年ぶりとなる第二弾です。

Q こだわった点は？

A 紙パッケージの表面に、それぞれのポケモンが生息する豊かな環境をイメージした、太陽と自然が共生する世界をデザインしているんです。ぜひ注目を！

Character's Profile

世界的大人気ゲームに登場する不思議な生物たち。世界中から愛されるポケモン・ピカチュウ、『ポケットモンスター　ダイヤモンド・パール』のペンギンポケモン・ポッチャマ、「ポケットモンスター スカーレット・バイオレット」のくさねこポケモン・ニャオハが登場。

point

2021年にポケモンコラボ第一弾が登場

アネッサ パーフェクトUV スキンケアミルク a と、ポケモンのピカチュウ、イーブイ、ゼニガメがコラボ。キャッチーな可愛さで大変話題に！

アネッサ パーフェクトUV スキンケアミルク NA SPF50+・PA++++ UV耐水性★★（右から）ピカチュウ、ニャオハ、ポッチャマ　各60mL 3,058円（編集部調べ）／資生堂　※数量限定発売

日本の“かわいそう可愛い”キャラと韓国の人気スキンケアの日韓コラボ

おぱんちゅうさぎ × GREEN FINGER

コラボ担当者さんに質問
GREEN FINGER
ブランドマネージャー
カン・ジェウンさん

Q コラボのきっかけは？

A 20～30代から多くの人気を集めるおぱんちゅうさぎのキュートさとキャッチーさが、ブランドが狙う顧客ターゲットとよく合うと思い、企画が進みました。

Q こだわった点は？

A おぱんちゅうさぎならではの可愛いピンクと、グリーンフィンガーのシグネチャーカラーのグリーンが共存するデザインにこだわりました。4アイテムそれぞれキュートな表情を採用しています。

Character's Profile

さまざまなことを頑張っておこなおうとするけど、ことごとく裏目に出て報われない、常に涙目のうさぎ。「不憫可愛い」姿が人気に！　イラストレーターの可哀想に！が手掛ける。

point

トーンアップ効果つきもチェック！

UVクッション、マイルドトーンアップ UVは肌を明るく見せる効果があり、メイクのりも抜群。ウォータリーエッセンスUVは水光肌のようなツヤを叶え、UVスティックは手を汚さずに塗り直しできるなど、用途に合わせて選んで。

（右から）グリーンフィンガーマルチディフェンスUVクッションSPF50+・PA++++ 2,980円、同 マルチディフェンスUVスティック SPF50+・PA++++ 1,980円、同 ウォータリーエッセンスUVクリーム SPF50+・PA++++ 50mL 1,390円、同 マイルドトーンアップUVクリーム SPF50+・PA++++ 50mL 1,390円／以上韓国高麗人參社 ※ドン・キホーテ限定発売

CHARACTER×COSME

"クールでイケてる"サングラスのスヌーピーに似合うアイテムたち

スヌーピー × コスメキッチン

コラボ担当者さんに質問

コスメキッチン
プレス
山本碧唯さん

Q コラボのきっかけは？

A PEANUTSの絵本に出てくる"Love is sharing your popcorn.（愛はポップコーンを分け合うこと）"という言葉に、「よいものをみんなでシェアしたい」というコスメキッチンの創業当初からの想いが共鳴しました。

Q こだわった点は？

A JOE COOLと楽しむ夏をテーマに、コスメの中でも日やけ止めなどのUVアイテムや日やけした肌もケアできるシートマスク、旅先やお出かけ先で使えるトラベルセットなどをラインアップしています。

Character's Profile

「JOE COOL」は、スヌーピーが思い描く"クールでイケてる"自分の分身。黒いサングラスがトレードマークの勉強嫌いな大学生という設定で変装した姿だそう。スヌーピーは1950年にアメリカの連載コミックで生まれた、歴史のあるキャラ。

point

ほかにトラベルセットがラインナップ

(右上から)ラブクロム <JOE COOL>
(R)INBATHツキ プレミアムブラック 6,930円、トリロジー <JOE COOL> ヒーローキット2nd 1,980円／ともにコスメキッチン

(右から)エトヴォス <JOE COOL>ミネラルUVパウダーx ピンクベージュ SPF50・PA++++ 3,630円、チャントアチャーム <JOE COOL> UVミルク 100ｍL 3,410円／ともにコスメキッチン ※数量限定発売

生後1か月から敏感肌の大人まで使える、キャラ同様の優しいテクスチャー

おさるのジョージ × ママ＆キッズ

コラボ担当者さんに質問

ナチュラルサイエンス
PR
高橋さん

Q コラボのきっかけは？

A おさるのジョージがさまざまなことを体験することで成長するように、お子さまのスキンケアを通して健やかな肌に成長してほしい。そんな想いでコラボパッケージが誕生しました。

Q こだわった点は？

A アウトドアの楽しさをイメージしやすいように、帽子をかぶった元気いっぱいのジョージのイラストを採用。実はチューブの背面にもワンポイントで帽子のイラストをあしらっています。

Character's Profile

アメリカの絵本作家により1941年に刊行された絵本「Curious George」に登場するキャラクター。日本では2008年にNHK EテレでTVアニメーションシリーズ「おさるのジョージ」としてスタート、多くの子どもたちから支持を得ている。

point

低刺激なのにウォータープルーフ！

生後1か月の赤ちゃんから、敏感肌の大人も安心して使えるノンケミカルUVミルクでありながら、汗に強いウォータープルーフ。優しい使い心地で紫外線をしっかりカットします。

ママ＆キッズ サンスクリーンミルク（おさるのジョージ）SPF33・PA+++ UV耐水性★★ 80g 2,695円／ナチュラルサイエンス

肌も髪も体も…… キャラに包まれる幸せ!!!

ピンチを切り抜けるトゥイーティーのような肌をゲット

トゥイーティー × INNISFREE

コラボ担当者さん教えて

INNISFREE
マーケティングチーム　長瀬沙耶さん

テーマは”くすみが気にならない明るい肌印象に整えるビタCで、トゥイーティーのように堂々とふるまえる、自信の持てる肌を手に入れて”。各アイテムの特長を表現した可愛い表情はINNISFREEのために描き下ろされたオリジナルです！

(上から時計回りに) トゥイーティー ビタC グリーンティーエンザイム ブライト セラム セット(30mL現品、10mLサンプル、ミニポーチ) 3,960円、トゥイーティー グリーンティー ヒアルロン サン セラム セット(50mL現品、スマホグリップ) 2,560円、トゥイーティー ビタC グリーンティーエンザイム ブライト パッド セット (60枚現品、ステッカー) 2,970円／以上INNISFREE ※数量限定発売

Character's Profile

アニメ『ルーニー・テューンズ』に登場するカナリア、大きな瞳と可愛い声で愛くるしいのに実はなかなかのやんちゃ者のトゥイーティー。どんな状況も機転を利かせて切り抜ける賢さも持っている！

サンリオキャラクターズと一緒に潤いチャージ

サンリオキャラクターズ × CNP Laboratory

コラボ担当者さん教えて

CNP Laboratory
マーケティング担当　識名杏里さん

CNPで定番のミスト化粧水に、各ボトルのカラーに合わせたキャラをデザイン。世代問わず愛されるサンリオキャラクターズと、スキンケア初心者から美容感度の高い方まで幅広い層に支持されるCNPを重ね合わせました。

(左上から時計回りに) CNP プロ PG ミスト (シナモロール)、CNP シカ モイスト ミスト (ハンギョドン)、CNP プロ P ミスト (クロミ)、CNP プロ PV ミスト (ポムポムプリン) 各 100mL 1,650円／以上 CNP Laboratory (銀座ステファニー化粧品) ※数量限定発売

Character's Profile

毎年開催されているサンリオキャラクター大賞でも大活躍のシナモロール、クロミ、ポムポムプリン、ハンギョドンが恐竜の着ぐるみをかぶったファンタジーな姿でお目見え。

ハローキティのオーガニックコスメで自分と世界に優しく

HELLO KITTY × john masters organics

コラボ担当者さん教えて

john masters organics
PR　持丸彩夏さん

世界中で愛されるハローキティとそのお友だちが「なかよく、思いやり」を届けるメッセンジャーとなり、オーガニックコスメを通じて世界に笑顔があふれる未来を目指し実現しました。ギフトにもぴったりです。

(上左から)リップカーム (オリジナルシトラス)<ハローキティ 限定デザイン>、リップカーム (ラズベリー) <ハローキティ 限定デザイン> 各4g 1,980円、G&N ピュリファイングクレンザー N <ハローキティ 限定デザイン> 120g 3,300円／以上ジョンマスターオーガニック ※数量限定発売

Character's Profile

言わずと知れたサンリオの世界的大人気キャラクター。ハローキティとお友だちが仲良く並ぶデザインを採用し、大切な人たちと心地よくとなりあえる世界を表現しているそう。

ゆかいな仲間たちと一緒なら楽しいバスタイムに

ひつじのショーン × LUSH

コラボ担当者さん教えて

LUSH
PR　越水裕美さん

『ひつじのショーン』誕生30周年を祝したコラボで、ともにものづくりのエキスパートとして、ハンドメイドであることを大切に商品化しました。キャラクターの愛らしい表情の再現に工夫を凝らしました。

(上から) ショーン (バスボム) 1,080円、スリーピーティミー (バブルバー) 100g 1,280円、ビッツァー(ボディバーム)90g 1,960円／以上ラッシュジャパン ※数量限定発売

Character's Profile

イギリスの「アードマン・アニメーションズ」制作による大ヒットコメディー『ウォレスとグルミット危機一髪』に登場したひつじを主人公にしたスピンオフが『ひつじのショーン』って知ってた？

CHARACTER × COSME

（右上から時計回りに）トラブルトラクター（ソープ） 90g 1,360円／LUSH ※数量限定発　トゥイーティー ビタC グリーンティーエンザイム ブライト セラム セット（30mL現品、10mLサンプル、ミニポーチ） 3,960円／INNISFREE ※数量限定発　リップカーム（ラズベリー）＜ハローキティ 限定デザイン＞4g 1,980円／ジョンマスターオーガニック ※数量限定発売　いたずらブタ（シャワージェリー）155g 2,400円／LUSH ※数量限定発　トゥイーティー グリーンティー ヒアルロン サン セラム セット（50mL現品、スマホグリップ）2,560円／INNISFREE ※数量限定発　CNP シカ モイスト ミスト（ハンギョドン）100mL 1,650円／CNP Laboratory（銀座ステファニー化粧品）※数量限定発　G&Nピュリファイングクレンザー N＜ハローキティ 限定デザイン＞120g 3,300円／ジョンマスターオーガニック ※数量限定発売

HOROSCOPE

ふたりの星まわり
by Moon Ree

4/18 → 6/19

双子座　5.21~6.21

自分磨きを楽しむのに最適な時期

全体運
願いごとが叶う予感。副業や留学、外資系ビジネスにもツキがありそうなので、常に有益な情報やアドバイスが入るようなネットワークを築いておきましょう。

恋愛運
才能や魅力に溢れる人たちとの出会いに恵まれそう。ただ、目移りして本命を取り逃す気配も。せっかちなタイプはNGです。仕事関係の飲みの場に素敵な出会いあり。

金運
お金儲けの発想力に冴え、5月は趣味が収益に繋がります。ギフト運もいいので予期せぬ贈り物がありそう。財運がアップするグッズはブルーのコインケース。

ラッキーデー　5月28日（水）
願いごとが叶う

アンラッキーデー　4月24日（木）
勘が鈍りそう

牡牛座　4.20~5.20

自分主体で行動できる充実した日々

全体運
自分ファーストで進展し、仕事は狙っていたポジションが手に入りそう。レジャーでは自由にプランを立てられる旅がおすすめ。美容は過度な食事制限に気をつけて。

恋愛運
モテ期なのに好きな人との縁は少なめ。出会いは５月に集中しそうで、予期せぬ場所に運命が潜んでいます。ピンクのアイテムを身につけると魅力がアップします。

金運
紛失物が見つかったり、欲しい物が手に入るなどサプライズな星まわり。５月まで運気好調です。ただ６月以降は降下気味。見栄を張って浪費すると痛い目に遭うかも。

ラッキーデー　5月17日（土）
魅力が輝きモテそう

アンラッキーデー　6月15日（日）
太りやすい日

牡羊座　3.21~4.19

仕事もプライベートも順風満帆

全体運
計画的に物事が進み、頑張ったぶんだけ実る時期。ただ、6月以降の運は低迷。この時期の言動には要注意。転職や海外旅行など、新たな挑戦は5月までが好機です。

恋愛運
タイプの人から好意を寄せられるなど出会い運が好調。行動範囲を広げるほど素敵な運命を引き寄せられそう。ただ、妬まれないように自慢話は控え目に。

金運
コンスタントにお金が入ってきそう。お財布などお金にまつわるものを丁寧に扱うとさらに運気が上昇します。また、目利きが優れるので憧れのアイテムが手に入るかも。

ラッキーデー　5月24日（土）
何事にも意欲が湧き上がる

アンラッキーデー　6月14日（土）
好きな人と喧嘩してしまう

乙女座　8.23~9.22

気分転換の息抜きで運気上昇

全体運
ストイックになりすぎてしまい、仕事もオーバーワークに。５月に入れば美容＆レジャー運が上がるので、心身がリラックスする旅に出よう。6月は資格や転職に好機。

恋愛運
一見地味でも誠実なタイプが本命に。反対に人脈が派手な人とは遊びで終わりそう。素敵な出会いは仕事関係の人からの紹介に潜む気配。カップルは同棲を始めると◎。

金運
お金としっかり向き合えば賢く使うことができます。前半は金融系の勉強で財運アップ。高価な物は早めに手に入れて。後半は勘が鈍るのでギャンブルには注意を。

ラッキーデー　5月8日（木）
素敵な出会いに恵まれる

アンラッキーデー　5月29日（木）
ストレスが溜まり何事にも苛立ちそう

獅子座　7.23~8.22

ライフワークを変えて心機一転！

全体運
引越しやヘアサロンを変えるなどライフワークの変化が開運を招きます。プチ整形にトライするのもおすすめ。仕事は裏方や地味な作業に力を注ぎ、チャンスを掴んで。

恋愛運
この時期は出会いが広がりやすいグループ行動にツキあり。好きな人とも知人が仲を取り持ってくれそう。カップルは相手に指摘しすぎると嫌われる可能性あり。

金運
趣味や、得意なことがお金を生む時期。特に５月は停滞していた副業がまわり出すなど一気に潤います。６月以降はアウトレットなどで欲しかったものを手に入れよう。

ラッキーデー　6月1日（日）
愛されモードが高まる

アンラッキーデー　5月12日（月）
大切なものを紛失してしまう

蟹座　6.22~7.22

仕事で大活躍でき注目の的に

全体運
どこにいても注目を浴びる運気！　仕事運は６月が最高潮で、主役の座を獲得できるなど活躍の場が広がっていきます。これを機に憧れの人物とも交流を深められそう。

恋愛運
5月まで出会い運は低め。より魅力的になるため自分磨きに励みつつ運命を待ちましょう。6月以降は一気に花が開き、意外な人からのアプローチや授かり婚の予感も。

金運
5月までは空回りしがち。下手に欲を出すと悪化してしまうので注意を。６月からは運気が上昇、お金関連の嬉しいニュースが舞い降り、高価な買い物も楽しめます。

ラッキーデー　6月18日（水）
好きな相手との恋が実りそう

アンラッキーデー　5月9日（金）
メンタルが不安定になりがち

人気西洋占星術師のムーン・リー先生が占う、12星座別のふたりの運勢。雑誌やテレビなど、
さまざまなメディアで 活躍中の先生の『気持ちがラクになる幸せ占い』（主婦の友社）も要チェック！

今月ラッキーな星座 ★ 1位 双子座 / 2位 牡羊座 / 3位 牡牛座

Illust / Hirano Toshiyuki　Design / verno

射手座 11.23~12.21

強引な行動が周囲との不和を招く

全体運
何事も左右されずに進むことが開運になる一方、強引さで人間関係をこじらす恐れも。周囲への気配りは抜かりなく。仕事は転職や海外など新天地での挑戦が吉。

恋愛運
会話が盛り上がる人が運命の予感。イベントや趣味のサークルなどに素敵な出会いが潜んでいます。アピール力が冴える5月は、自分から積極的に行動することが大事。

金運
何気ないアイデアが幸運を招く暗示が。ピンと閃いた副業なども突き進めると開運に。４月はショッピング運とギャンブル運が好調です。ラッキーナンバーは９。

ラッキーデー　5月14日（水）
お金に恵まれる

アンラッキーデー　6月3日（火）
旅先で怪我に見舞われやすい

蠍座 10.24~11.22

高い集中力で資格取得が叶う

全体運
目標や理想に向かい邁進でき、集中力に優れているため資格取得にも好機。資格を活かせる仕事にもツキあり。美容は骨盤矯正や美尻のエクササイズできれいに。

恋愛運
直感が鈍りがち。誠実に見えた相手ほど嘘つきな恐れがあるので、ひとりで突き進まないように気をつけて。６月からは素敵な出会いに期待大。フランクな飲み会が狙い目。

金運
シビアにお金に向き合うことで収入アップを望めそう。お金まわりが潤っているときでも調子に乗らず堅実に。買い物は本当に欲しいと思うもの以外は控えて。

ラッキーデー　6月10日（火）
ダイエットスタートに好機

アンラッキーデー　5月26日（月）
チャンスを逃す予感

天秤座 9.23~10.23

新たな出会いを生む幸運が到来！

全体運
ダイエットに成功したり、感性の合う人に出会えたりなにかと幸運な5月。仕事はイレギュラーな分野で思わぬ才能を発揮。６月は過去にタネを蒔いたことが実りそう。

恋愛運
以前からなんとなく知っていた人や優しいオーラの人に縁あり。出会いはアートスポットやユニークなイベントに潜んでいます。カップルは買い物デートがおすすめ。

金運
前半は出ていくばかりで心細い星まわり。複数の貯金箱に小銭を入れると回避策に。５月下旬以降は旅行先で掘り出し物をゲットできたり、欲しい物が手に入りそう。

ラッキーデー　6月5日（木）
勝負運に強い

アンラッキーデー　4月21日（月）
やることがすべて裏目に出てしまう

魚座 2.19~3.20

快適なひとり時間の使い方が吉

全体運
ひとりの時間を有効に使うことが開運に。苦手な人の誘いはきっぱり断って。仕事は得意分野が認められキャリアアップが叶いそう。美容は海外セレブの方法を取り入れて。

恋愛運
前半は苦手な人にしつこくされたり、カップルはパートナーの裏切りに遭う恐れ。後半から相手を見る目が冴え運命の相手に出会えそう。カップルは子宝に恵まれる予感。

金運
4月はプチサプライズな星まわりで小さな収入が常に期待できそう。反対に6月はお金が出て行きピンチに見舞われるかも。ゴールド系のお財布がラッキーグッズ。

ラッキーデー　5月5日（月）
おしゃれセンスが冴える

アンラッキーデー　6月7日（土）
好きな人を奪われる予感

水瓶座 1.20~2.18

運気低迷で何事にも難航しそう

全体運
５月中旬まで運気低迷。仕事は頑張っても評価されずテンションが下がりそう。運気好転は６月以降に訪れます。カリスマ的なオーラが輝き人間関係も好調に。

恋愛運
好きな人には天邪鬼な態度をとり嫌われがちな４月。神経質になりすぎる傾向もあるのでフランクな恋を楽しんで。６月は出会い運が最強。人が集まる華やかな場が吉。

金運
4、5月は二転三転する不安定な星まわり。特に5月は見栄を張ると散財する恐れも。臨時の収入があってもお財布の紐を簡単に緩めないこと。自分へのご褒美買いは6月に。

ラッキーデー　5月30日（金）
好きな人との関係が進展する

アンラッキーデー　6月12日（木）
体調を崩しやすい

山羊座 12.22~1.19

食生活を見直し、健康を心がけて

全体運
体力が低下するなど体調の起伏が激しい前半。偏った食生活には要注意。仕事はトラブルに見舞われても誠実に時間をかけ解決を。６月は価値観の合う友に恵まれます。

恋愛運
今まで縁がなかったタイプや年下に好かれる暗示が。環境が変わった人は特に運命の出会いが期待できそう。カップルは、マンネリデートとお金絡みの辛口トークはNG。

金運
ストレスからの浪費に気をつければ後半から潤う運気。レジャーへの散財も要注意です。買い物はクーポンやサブスクなどを利用し、賢く楽しみながら貯蓄にも励んで。

ラッキーデー　5月17日（土）
苦手なことを克服できる

アンラッキーデー　4月27日（日）
イメチェンが失敗しそう

スタッフ募集のお知らせです。

For more details

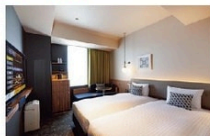
SCAN HERE

mina

JOB OFFER

・雑誌編集
・広告営業
・編集アシスタント
・SNS運用アシスタント
・ウェブライター

NO.1

天神と博多へのアクセスが良く、幻想的な大浴場を完備した福岡市内のホテル「クロスライフ博多天神」。シングルベッドを2台設置したコンフォートツインルームの朝食つきプランです。宿泊券の有効期限は半年間。1室2名利用時1名あたり9,020円～／クロスライフ博多天神

NO.2

日本郵政グループは、贈り物で思いを伝える新たな文化の創出を目指したショップ「SOZO（ソウゾウ） BOX（ボックス）」を開設。1周年とリニューアルを記念して発売した入浴剤は、感謝、お詫び、祝福などのちょっとした気持ちを伝えたいときの贈り物にぴったりです。きもち湯 全8種 各500円／SOZO（ソウゾウ） BOX（ボックス）

NO.3

乾燥による毛穴悩みにアプローチするスキンケアラインBab²（バブバブ）の新発想美容液は、混ざりにくく同時配合が難しかったレチノールとビタミンCを、使用前に混ぜられる独自の2層式パウチに充填。新鮮な美容液を角層まで浸透させます。Bab²（バブバブ） ビタレチセラム 1mL 14包 2,970円／オージオ

NO.4

機能性を追求したカバンに定評があるシーから2wayショルダーバッグが発売。日常にもレジャーにもヘビロテできる防水素材、ジッパーと巾着の二段式開口部や豊富なポケットが便利。コンパクトな見た目の割に高い収納力も魅力です。W27×H20(30.5)×D7.5cm　12,100円／CIE（シー）

NO.5

ファイバープレックスはダメージから髪を守り、補修、強化する、サロン専売のヘアケアシリーズ。独自のファイバーボンドテクノロジーを搭載したミルクタイプのアウトバストリートメントでまとまりのある髪へ。ボンド ミルク 100g　3,300円／ヘンケル コンシューマーブランドお客様相談室

NO.6

モデルの舟山久美子氏によるスキンケアブランド。天然の整肌成分を高配合した人気の導入美容液と肌荒れを防ぐシカ成分などを配合した新発売の化粧水をセットで。フルフィルメント セラム ウォーター インテンス 90 30mL 7,800円、同 グロウ エッセンス 200mL 6,600円／ともにLIENA

NO.7

ポーラーテックロングスリーブTシャツは、発汗による蒸れを防ぎ快適に過ごせる機能性Tシャツ。気候にかかわらず体温調節を助ける優れた速乾性に加え、レイヤードしやすい薄手素材で、デイリーでもアウトドアでも活躍します。Sサイズ　15,400円／ウールリッチ アウトドアレーベル 代官山

NO.8

毎日の睡眠前やデスクワークの休憩時に、短時間で心地よくしてくれるホットアイマスク。熱伝導率と保温性に優れた素材で包み込みます。温かさは高温、中温、低温の3段階に調節でき、カバーには肌触りがよく、厚みのある丈夫な高級シルクを使用。ホットアイマスク 4,378円／RELX(Extage)

応募はウェブで！

minaオフィシャル
mina.ne.jp

上のURLからプレゼントページにアクセス！
アンケート項目に回答のうえ、
ご希望の商品を選択し、送信してください。

締め切り **2025年6月15日（日）**
ただし応募が2000名に達した場合は
締め切り前に終了となります

※応募者多数の場合は抽選となります。
※当選者の発表は賞品の発送をもって替えさせていただきます。
※賞品の詳細は編集部あてにお問い合わせください。
※雑誌公正競争規約の定めにより、この懸賞に当選された方は、この号の他の懸賞に入選できない場合があります。
※アンケート回答内容は、minaの誌面づくりに使用させていただきます。お寄せいただいた個人情報は厳重に管理し、その他の目的で使用することはありません。

NEXT ISSUE

「コラボ」があると、日常がちょっとおもしろい。

JUST ADD COLLAB

OWNDAYS
×
玉井詩織
（ももいろクローバーZ）

SUMMERTIME BREAK with OWNDAYS
夏のおでかけは、アイウェアとともに。

FASHION & LIFESTYLE SHARE BOOK

Design / Naoi Design Office

mina 6|7.

FASHION & LIFESTYLE **SHARE BOOK**

VOLUME . 10 ＿ 街はコラボで溢れてる!

mina 6・7月合併号 2025年4月18日発売（毎月20日発行・発売）

発行 株式会社 夕星社
〒150-0001 東京都渋谷区神宮前6-25-8-707
TEL : 03-6712-5075

発売 株式会社 主婦の友社
〒141-0021 東京都品川区上大崎3-1-1
目黒セントラルスクエア
TEL : 049-259-1236（販売）

編集・制作 株式会社 ナックス
〒150-0033 東京都渋谷区猿楽町4-3
鈴円代官山ビル4階
TEL : 03-6416-5863

印刷所 大日本印刷 株式会社

編集部 KNAX

編集長 佐々木洋輔
副編集長 門川亜矢
デスク 三戸由美子、石沢 葵
編集 隈元志穂、小森美桜、鹿島 宝、石川愛実
編集アシスタント 栁澤美璃亜
WEBディレクター 高橋優璃

DESIGN ナオイデザイン室、栗原あずさ、日毛直美、
上村未希、verno、大坪メイ